



# **Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

**Facultad de Letras y Ciencias Humanas**

**Escuela Académico Profesional de Bibliotecología y Ciencias de la  
Información**

## **Evaluación del préstamo de material audiovisual de la mediateca de la Alianza Francesa: sede Miraflores (2004- 2008)**

### **INFORME PROFESIONAL**

**Para optar el Título Profesional de Licenciada en Bibliotecología y  
Ciencias de la Información**

### **AUTOR**

**Celia Vanessa ORTIZ ONOFRE**

### **ASESOR**

**Rosalía QUIROZ PAPA DE GARCÍA**

**Lima, Perú**

**2009**



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Ortiz, C. (2009). *Evaluación del préstamo de material audiovisual de la mediateca de la Alianza Francesa: sede Miraflores (2004-2008)* Informe Profesional para optar el título profesional de Licenciada en Bibliotecología y Ciencias de la Información. Escuela Académico Profesional de Bibliotecología y Ciencias de la Información, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

---

En gratitud a mi abuelita Paulina Cossio  
quien en vida se preocupó por  
mi formación personal y académica.

**En agradecimiento a:**

A Dios por permitirme alcanzar mis metas.

A mis padres, Ing. Enrique Ortiz y Lic. Celia Onofre  
por apoyarme a lo largo de mi vida.

A mi hermana Gianina, Ing. Luis Morales y mis amigos:  
Magaly, Laura, Grace, Emilie, Christopher y todos  
aquellos que de alguna manera contribuyeron  
en la realización de mi informe profesional.

A mi asesora Dra. Rosalía Quiroz por sus  
consejos y toda la colaboración en este trabajo.

A mis compañeros de trabajo, en especial a:  
Valérie M., Coralí F. y Corina T.  
por su tolerancia y gran compañerismo.

A todos, ¡muchas gracias!

# ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	08
<b>CAPÍTULO I PROYECTO DE INFORME PROFESIONAL</b>	
1.1 Descripción del tema.....	09
1.2 Antecedentes.....	12
1.3 Justificación.....	15
1.4 Objetivos.....	17
1.5 Marco teórico.....	17
1.6 Metodología.....	21
<b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Mediateca.....	22
2.1.1 Antecedentes .....	22
2.1.2 Concepto de mediateca.....	24
2.1.3 Misión de las mediatecas.....	25
2.1.4 Objetivos de las mediatecas.....	27
2.1.5 Usuarios.....	29
2.1.6 Colecciones de mediateca.....	31
2.1.7 Servicios de la mediateca.....	33
2.1.8 Características de mediateca.....	35
<b>CAPITULO III EVALUACIÓN DEL PRESTÁMO DE MATERIAL AUDIOVISUAL DE LA MEDiateca DE LA ALIANZA FRANCESa: SEDE MIRAFLORES (2004-2008)</b>	
3.1 Alianza Francesa en el mundo.....	37
3.1.1 Alianza Francesa en el Perú.....	39
3.1.2 Organización.....	40
3.2 Mediateca de la AF de Miraflores.....	41
3.2.1 Antecedentes.....	41
3.2.2 Infraestructura.....	42
3.2.3 Colecciones.....	43
3.2.4 Presupuesto.....	46
3.2.5 Política de adquisición.....	48
3.2.6 Equipamiento y gestión informática.....	49
3.2.7 Personal.....	50
3.2.8 Usuarios.....	51
3.2.9 Servicios.....	53
3.2.10 Promoción y animación.....	56
3.2.11 Préstamos.....	57

3.3	Análisis del préstamo de material audiovisual de la Mediateca de la AF: Sede Miraflores (2006-2008).....	59
3.3.1	Sobre los usuarios.....	59
3.3.2	Sobre los servicios de mediateca.....	64
3.3.3	Análisis y evolución del préstamo de material audiovisual.....	70
3.3.4	Proyecciones.....	72

#### **CAPÍTULO IV PROPUESTA DE MEJORAS PARA LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA MEDIATECA**

4.1	Plan de adquisiciones.....	77
4.2	Equipamiento y gestión informática .....	81
4.3	Infraestructura.....	82
4.4	Personal.....	83
4.5	Promoción, difusión y animación del servicio.....	85

CONCLUSIONES.....	91
-------------------	----

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	93
---------------------------------	----

ANEXOS.....	97
-------------	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Pág.

<b>Tabla</b>	<b>Nº 1</b>	Cantidad total de colección por tipo de soporte.....	44
<b>Tabla</b>	<b>Nº 2</b>	Inscripción anual de usuarios por categoría.....	52
<b>Tabla</b>	<b>Nº 3</b>	Cantidad total de colección por tipo de soporte.....	71
<b>Tabla</b>	<b>Nº 4</b>	Proyección de la demanda semestral 2004-2008.....	73
<b>Tabla</b>	<b>Nº 5</b>	Propuestas a realizar para optimizar los servicios de la Mediateca de Miraflores.....	76
<b>Tabla</b>	<b>Nº 6</b>	Presupuesto de libros y materiales audiovisuales.....	81
<b>Tabla</b>	<b>Nº 7</b>	Presupuesto de equipos electrónicos.....	82
<b>Tabla</b>	<b>Nº 8</b>	Presupuesto de infraestructura.....	83
<b>Tabla</b>	<b>Nº 9</b>	Presupuesto para el personal.....	85
<b>Tabla</b>	<b>Nº 10</b>	Presupuesto para la difusión y promoción del Servicio.....	87
<b>Tabla</b>	<b>Nº11</b>	Cronograma.....	88



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
<b>Gráfico N° 1</b>	Cantidad de la colección por años..... 43
<b>Gráfico N° 2</b>	Presupuesto anual por años..... 46
<b>Gráfico N° 3</b>	Usuarios inscritos por años..... 53
<b>Gráfico N° 4</b>	Sexo de los usuarios de mediateca..... 60
<b>Gráfico N° 5</b>	Edad de los usuarios..... 61
<b>Gráfico N° 6</b>	Tipos de usuarios..... 62
<b>Gráfico N° 7</b>	Preferencias en el uso de mediateca..... 62
<b>Gráfico N° 8</b>	Frecuencia de visita..... 63
<b>Gráfico N° 9</b>	Rol principal de mediateca..... 64
<b>Gráfico N° 10</b>	Preferencias en tipo de préstamo..... 65
<b>Gráfico N° 11</b>	Preferencias en uso de material bibliográfico..... 66
<b>Gráfico N° 12</b>	Preferencias en género de películas..... 67
<b>Gráfico N° 13</b>	Preferencias en el género musical..... 68
<b>Gráfico N° 14</b>	Uso del catálogo electrónico..... 69
<b>Gráfico N° 15</b>	Acceso al catálogo electrónico..... 69
<b>Gráfico N° 16</b>	Acciones recomendadas por los usuarios..... 70
<b>Gráfico N° 17</b>	Préstamos por año: material audiovisual y Bibliográfico (2004-2008)..... 72
<b>Gráfico N° 18</b>	Proyecciones..... 74

## INTRODUCCIÓN

El presente informe profesional titulado: *Evaluación del préstamo de Material Audiovisual en la Mediateca de la Alianza Francesa: Sede Miraflores (2004-2008)* analiza en un lapso de cinco (5) años la variación de dicho servicio que se ha generado durante este periodo.

La Alianza Francesa es la institución más renombrada del Perú en la enseñanza de la lengua francesa, buscando cada año mejorar y liderar el mercado en dicho idioma, es por eso, que se hace necesario que la mediateca responda como un apoyo a la enseñanza impartida por la institución brindando información complementaria a las clases, así como a la difusión de la cultura francesa con material bibliográfico y audiovisual.

El informe profesional se divide en cuatro capítulos, en el primer capítulo, se describe el tema considerado para el estudio, se desarrollan los conceptos teóricos y los antecedentes existentes que justifican la razón del presente informe, también, se enumeran los objetivos que se quieren conseguir y la metodología que se va a seguir para la investigación.

En el segundo capítulo, se consideran los conceptos teóricos del tema a desarrollarse, su importancia, la misión y función que cumplen en la sociedad, las colecciones, los usuarios y los diferentes servicios que brinda.

En el tercer capítulo, se expone sobre la Alianza Francesa y acerca de la mediateca, sus antecedentes, las colecciones, los usuarios, el personal y los servicios que brinda; para luego pasar a la observación, análisis y comparación, entre los cinco años considerados en el estudio.

En el cuarto capítulo, se proponen las mejoras para el local: adquisiciones infraestructura, equipamiento, personal, y la difusión del servicio; finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones.

# **CAPÍTULO I**

## **PROYECTO DE INFORME PROFESIONAL**

### **1.1 Descripción del tema**

La Alianza Francesa (AF) es una asociación educativa y cultural sin fines de lucro dedicada a la enseñanza del francés y a la difusión de su cultura por todo el mundo. En el Perú tiene una larga trayectoria desde su fundación en el año 1890, siendo concebida con el fin primordial de fomentar y desarrollar los vínculos de amistad entre el Perú y Francia por medio del intercambio cultural, en especial mediante la enseñanza del idioma. La AF ofrece una gran variedad de cursos de civilización francesa y además brinda a sus estudiantes diversos servicios como: la mediateca, el laboratorio de idiomas, la galería de exposición y el auditorio de teatro con la finalidad que los alumnos y personas interesadas en conocer la cultura francesa dispongan y usen estos servicios como apoyo y centro de información sobre Francia

Entre los servicios de la mediateca, destacan el préstamo de materiales ofrecidos a los estudiantes y miembros externos, previa inscripción, para llevar a domicilio: libros, revistas, historietas y materiales audiovisuales (DVD y CD). El departamento de Lima cuentan con las siguientes sedes: Miraflores, La Molina y Jesús María, en tanto que los locales de San Miguel, Lima Centro y Los Olivos por el momento no cuentan con una sala específica para este servicio, pero tienen un espacio compuesto por una selección de libros de apoyo para el aprendizaje del idioma, material audiovisual, planos y revistas. En provincias la AF tiene siete (7) locales: Piura, Chiclayo, Trujillo, Huancayo, Iquitos, Cusco y Arequipa, pero sólo tres (3) de ellas cuentan con un espacio reservado para la mediateca proyectándose la implementación en los otros locales.

Respecto a la colección del local de Miraflores, se cuenta con 19 698 volúmenes, 3 608 en formato DVD, 1 481 CD de música y 142 CD-ROM y se

está suscrito a 63 revistas francesas y a dos (2) periódicos virtuales: Le Monde y Libération. La mayor parte del acervo bibliográfico y audiovisual fue adquirido con el presupuesto destinado por la propia asociación y en algunos casos se contó con el apoyo del Ministerio de Asuntos Exteriores de Francia. Todas las compras se realizan virtualmente y son hechas en librerías francesas. Se debe mencionar que la mayor parte de la colección está actualizada y se renueva cada año, respondiendo a la demanda de los usuarios, quienes esperan tener novedades constantemente y al plan de enseñanza de la AF.

Actualmente, la mayor parte de los alumnos y visitantes que hacen uso de la mediateca buscan todas las comodidades tecnológicas posibles y es muy común ver a los usuarios conectados a internet para realizar tareas o haciendo investigaciones para el desarrollo de sus clases. De igual modo, se aprecia que los usuarios prefieren el uso de materiales audiovisuales al uso clásico de material bibliográfico (a pesar de contar con un mayor número de éstos), una de las principales consecuencias es que se requiere incrementar continuamente la colección de materiales audiovisuales, porque al ser los más consultados en sala y prestados a domicilio, son los que tienden más rápido a malograrse, además, de las pérdidas o robos que en definitiva, disminuyen las posibilidades de préstamo.

La mediateca de Miraflores destaca por ser la de mayor infraestructura y por ende acoge a más personas para el servicio de lectura en sala. Actualmente, cuenta con tres (3) salas de lectura que acogen aproximadamente 40 personas, quedando reducido el espacio en determinadas horas para todo el público que llega a solicitarlo. Al día se recibe alrededor de 350 visitas entre el público externo y los alumnos de la AF. Así mismo, el servicio de préstamo a domicilio es muy apreciado por los usuarios, por ser una de las pocas instituciones de enseñanza de un idioma extranjero que permiten tomar en préstamo un máximo de 20 ejemplares por día y además es posible realizar la renovación de dichos préstamos vía telefónica o por correo electrónico, llegando a tener por día un promedio de 30 renovaciones vía electrónica y 50 por vía telefónica durante las doce (12) horas de atención.

El préstamo de revistas se incrementa diariamente, aunque se dispone de 63 abonos, las más leídas son temas de espectáculo, literatura, investigación, salud y temas femeninos (Paris Match, Marianne, Le Point, Lire, La Recherche, Santé, Femme Actuelle, Elle, principalmente). Las revistas para jóvenes y niños no circulan mucho en días de semana, excepto los días sábado que es el día de clases para éstas edades, siendo las más consultadas las que incluyen un disco compacto que narre las historias contenidas en el ejemplar o aquellas que tienen un CD-ROM interactivo con juegos aplicativos de los temas que contiene la revista (J'aime lire, Mes premiers j'aime lire, Toboclic y Mobiclic). Cada mediateca propone algunos ejemplares de revistas de acuerdo a sus necesidades, pero sólo la sede de Miraflores tiene a disposición del público todas las revistas a las que la AF está suscrita.

Desde el año 2007, la Alianza Francesa realizó un convenio con la biblioteca numérica virtual Ithèque de Canadá, que ofrece préstamos digitales de obras musicales, audio-libros, libros electrónicos, videos y juegos virtuales, luego de un estudio que se realizó a los alumnos del local de Miraflores, debido a que una gran cantidad de los inscritos a los cursos regulares del idioma francés desean postular a la inmigración de éste país. El acuerdo que se firmó entre la AF e Ithèque fue que sólo las personas que tuvieran el carné de la mediateca y que deseen afiliarse a este servicio, tenían el derecho a una inscripción gratuita durante un año y pasado este tiempo si el usuario se encontraba a gusto con su membresía podía afiliarse pagando un monto especial.

En el año 2008, se observó una gran acogida por parte de los usuarios llegándose a tener 1 238 inscritos que podían hacer uso virtual de esta biblioteca canadiense fuera de los horarios de atención de la Mediateca y este servicio fomentó el interés en muchos de los inscritos. Los servicios que ofrece Ithèque son diversos y gran parte de su colección puede descargarse virtualmente por un periodo determinado, pasado este tiempo caducan y son irreproducibles en la computadora del usuario.

## 1.2 Antecedentes

El término mediateca nació en Francia en la década de los años 70 y responde al gran cambio psico-social de la época, en la cual se trató de dar una nueva imagen a las bibliotecas, debido al creciente desarrollo de la tecnología, es por eso, que fue necesario reformular el nombre de las 'bibliotecas', porque éstas empezaban a tener dentro de su colección, materiales audiovisuales como apoyo de la enseñanza y el saber de la humanidad. Es así que surgen los primeros locales en Francia y luego se fue extendiendo por toda la Comunidad Europea y hacia otros continentes, siendo la Alianza Francesa una de las primeras asociaciones que expandieron el uso de este término a nivel internacional.

Se han hecho diferentes estudios sobre mediatecas a nivel internacional, en especial en Francia, por ser el lugar de origen de éste término, también se ha encontrado diversos trabajos de investigación dentro de la Comunidad Europea en donde muchos países como España han desarrollado instituciones similares a lo largo de su territorio y de igual manera se ha encontrado informes profesionales realizados por bachilleres de bibliotecología, biblioteconomía, conservadores de libros y documentalistas franceses para optar por el diploma de Biblioteconomía o Conservadores de Bibliotecas en Francia (Licenciatura en Perú) sobre mediatecas de la Alianza Francesa en las cuales han trabajado o han hecho estancias a nivel mundial, pero sólo tratan de evaluaciones totales o de algún servicio, más no se ha desarrollado un estudio de impacto del servicio de préstamo de los materiales audiovisuales, que son los materiales más resaltantes y por el cual éstas fueron creadas.

Desjardins (2000) en su informe profesional titulado: "*Médiathèque-centre de ressources sur la France contemporaine de l'Alliance Française de Buenos Aires, Argentine*", analizó el funcionamiento general de toda la asociación, así como de las actividades ejercidas y las problemáticas que encontró durante su tiempo de trabajo en este local. El autor expone experiencias propias del trabajo que realizó dentro de esta institución, hizo un trabajo de observación de

cómo se comportaba el usuario, qué colecciones eran las que tenían más uso, e hizo una pequeña evaluación de las políticas de adquisición y desarrolla además un trabajo que le fue encomendado: hacer una bibliografía de obras en lengua española sobre Francia contemporánea. En su trabajo concluyó, que era necesario elaborar una estrategia de organización, no sólo de parte de la mediateca, sino también de la Alianza Francesa de Argentina, para poder sobrellevar los problemas de difusión y de gestión de fondos, en especial la bibliográfica en español. Este informe profesional nos indujo a realizar una evaluación en la AF de Miraflores, enfocándonos en el servicio de préstamo de material audiovisual, puesto que sería una contraparte al estudio realizado en Argentina que sólo le puso énfasis en su material bibliográfico.

En el caso de Bourguignat (2003) elaboró un informe titulado: *“La Médiathèque de Noisy-le-Grand: rapport de stage”*, en el cual realizó una completa evaluación de la mediateca, dándole mayor importancia a los servicios que ésta ofrece al público, además el autor destaca el plan de desarrollo de colecciones, tarea que personalmente se encargó de realizar, y adicionalmente hace un estudio del actual status en que se encuentra la colección de este local. Bourguignat concluyó, que se debe asegurar la misión de formación continua y proponer documentos útiles para el nivel escolar y universitario, así como herramientas necesarias para la autoformación del público que haga uso de la misma. Se vio conveniente este informe, porque remarca diversos indicadores de medición, los cuales pueden servir de apoyo a la evaluación que se realizará en el local de la AF de Miraflores, si bien es cierto ésta última es de menor tamaño que la de médiathèque de Noisy-le-Grand, sigue la misma política de adquisición que se tiene en la sede de Lima.

De igual manera, Martin (2006) realizó un informe profesional titulado: *“Médiathèque Valais-Martigny”*, en el cual analizó la situación actual de la mediateca y se centró en el tratamiento de fotografías, área del cual, la autora se encargó durante su estadía desde la adquisición, clasificación, inventario y catalogación hasta su digitalización en línea y archivo virtual, de igual modo, realizó el trabajo de animación de la mediateca y elaboró un pequeño informe

del trabajo de organización de exposiciones fotográficas y sus respectivas publicaciones. La autora concluyó, que es necesario establecer una correcta y conjunta tarea de la cadena documental desde la adquisición hasta la disposición al público de los materiales existentes en la institución. La médiathèque Valais-Martigny es un centro de conservación del patrimonio audiovisual de la ciudad en donde está ubicada y a su vez es de lectura pública, siendo una de las más reconocidas de Francia por poseer y brindar a sus usuarios, más de 900 000 fotografías, 4 500 videos de todos los géneros y una fonoteca con 16 000 registros sonoros. En este informe se realizó un estudio del material audiovisual pero se dio mayor énfasis al material no tradicional: la fotografía, que sirvió de guía para realizar las propuestas de mejoras para el presente informe.

Según el autor Valdez (s.f.) en su artículo: *“La Mediateca del Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras: un espacio para el aprendizaje autodirigido”*, realizado para el Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras (CELE) de la Universidad Nacional Autónoma de México, trató sobre su organización y de que manera está compuesta la mediateca del CELE, los objetivos, funciones y servicios que presta, además, propone que sea un espacio en donde el usuario puede aprender el idioma usando los recursos de manera autodirigida y mejorando su nivel de aprendizaje. En su trabajo, Jesús Valdez, concluye que éstos centros de información deben promover el auto-aprendizaje a través de las colecciones que posee y debe ser un espacio en donde el alumno encuentre la información necesaria para reforzar el aprendizaje del idioma impartido por la institución, de este estudio se puede extraer algunos lineamientos para poder realizar la evaluación de préstamos de materiales audiovisuales de la mediateca de la AF, ya que ambas son instituciones encargadas de la enseñanza de una lengua extranjera y comparten similitudes tanto en la organización, funciones, tipo de colección y clases de usuarios que hacen uso de la misma.



### 1.3 Justificación

Es importante realizar una evaluación del servicio de préstamo de material audiovisual, porque permitirá conocer el comportamiento de los diferentes tipos de usuario de la mediateca, frente al uso de materiales audiovisuales y al uso convencional de los materiales bibliográficos. En el caso de la sede de Miraflores, la colección que posee de materiales bibliográficos es abundante a comparación de los materiales audiovisuales, que fueron recientemente adquiridos desde el año 2004, conjuntamente con la reestructuración del presupuesto y modernización de los locales de la AF en el Perú, por tal motivo se vio conveniente realizar una evaluación de impacto del préstamo de materiales audiovisuales para poder extraer información puntual sobre las preferencias de los usuarios en el uso de los mismos y determinar cómo se verá afectada la demanda de estos medios mediante una proyección estadística en un lapso de tiempo determinado.

Del mismo modo, se determinó evaluar el período 2004-2008, debido a que, en este lapso de tiempo, luego de la remodelación y reorganización se logró tener un número considerable de inscritos en las mediatecas que existían en aquel entonces: Miraflores y Jesús María gracias al presupuesto que la institución otorgó, se decide crear en el año 2006 una nueva sede: La Molina, que incluiría también su propia mediateca, después de este logro, se implementaron también en las otras sedes de Lima un espacio destinado a la mediateca, logrando de esta manera captar más beneficiarios en todos los locales, en especial la sede de Miraflores (sede principal); al incrementarse los usuarios, mejoró el presupuesto destinado para la compra de materiales y para la infraestructura y a su vez mejoró todos los servicios que brinda actualmente, por tanto, nos interesa conocer el desarrollo que ha venido experimentando entre los años propuestos, el requerimiento de información de los inscritos por medio de los préstamos del material audiovisual existente, ya que estos materiales son más didácticos para la enseñanza y práctica del idioma francés y por ello son los materiales que cuentan con mayor respaldo por los profesores y están siendo utilizados como medio de apoyo de los métodos de

enseñanza con los cuales trabaja la institución, de la misma manera, averiguar cómo se comporta el usuario frente al uso del material bibliográfico (libros, revistas y tiras cómicas) que hasta el momento la mediateca posee en mayor cantidad.

En consecuencia, las conclusiones arrojadas de esta evaluación del préstamo de materiales audiovisuales permiten corroborar la veracidad de la hipótesis, según la cual se afirma que los materiales audiovisuales son los materiales más consultados dentro de la mediateca y son los objetos de mayor atención dentro de ella. De esta manera, se sugieren propuestas para fortalecer el plan de adquisición de este tipo de materiales y para estimular a los usuarios que sólo hacen uso del material bibliográfico a realizar la debida inscripción para ampliarla al de materiales audiovisuales, de la misma manera promocionar a todos los usuarios potenciales, alumnos de la AF y miembros externos interesados en conocer la cultura francesa, para que de esta manera puedan beneficiarse de los servicios que brinda la institución.

Adicionalmente, otro aporte que brinda este informe profesional es que representa la primera investigación realizada sobre la Mediateca de la Alianza Francesa de Miraflores y sobre todo en materia de préstamo de materiales audiovisuales, la cual proporcionará datos importantes para la institución, y de la misma forma, podrá ser tomada como antecedente para futuras evaluaciones en mediatecas, que permitan medir el rendimiento de la misma, tanto en sus servicios y en la satisfacción de los usuarios, del mismo modo ser una base para la elaboración de un plan de adquisiciones que sea efectiva y pertinente para un centro de idiomas, de acuerdo a la población a la que se quiere brindar información y conseguir posteriormente la efectividad total de los objetivos trazados en los proyectos de investigación como en las propuestas de mejoras para el local.

## 1.4 Objetivos

Se ha propuesto los siguientes objetivos que se aspira alcanzar en el desarrollo del presente informe:

- **Objetivo general**

Evaluar y analizar el servicio de préstamo de materiales audiovisuales en la mediateca de la Alianza Francesa de Miraflores entre los años 2004 y 2008.

- **Objetivos específicos**

- a. Analizar y comparar la cantidad de préstamos de material audiovisual por años, frente al material bibliográfico y hacer una proyección de la demanda.
- b. Verificar la preferencia de los usuarios con respecto al género en películas y música.
- c. Establecer un plan de adquisiciones conforme a las demandas de los usuarios y proponer mejoras en el servicio de la mediateca

## 1.5 Marco teórico

Realizar una evaluación en el contexto bibliotecológico puede definirse como un proceso en donde se mide y se valora la eficacia y/o pertinencia del servicio brindado, para satisfacer las necesidades y requerimientos del público de la mediateca. De la misma manera, permite identificar la efectividad del préstamo de materiales audiovisuales dentro de la mediateca, sin embargo, para poder definir si este servicio desempeña correctamente sus funciones y es capaz de satisfacer a sus usuarios es indispensable realizar un proceso de evaluación de manera continua, que permita alcanzar una correcta gestión para

cada uno de aquellos servicios que pretende ofrecer a corto o a largo plazo. Lamentablemente se han realizado muy pocos estudios sobre la evaluación de préstamos de materiales audiovisuales en mediatecas de institutos de idiomas extranjeros, pero si se han encontrado diversos estudios en otros campos como: evaluación de bibliotecas, de la colección y en materia de usuarios sobre la satisfacción y preferencias de uso.

Para realizar la evaluación del préstamo de material audiovisual de una mediateca, es necesario definir algunos conceptos como: evaluación, préstamo, materiales audiovisuales, mediateca y qué hace ésta diferente al acostumbrado término de biblioteca, así mismo, comprender que esta evaluación será realizada en el ámbito bibliotecológico.

Según el artículo de Rojas (2001), citado por Pérez (2007) donde define el término evaluar señala que:

Evaluar implica valorar el desenvolvimiento del servicio y su correspondencia con los objetivos que persigue. En ella, se obtienen elementos que reflejan el funcionamiento de dicho servicio y su relación con las expectativas de sus usuarios. Analiza, emite criterios de valor, propone cambios para el mejoramiento (p. 125).

Se está de acuerdo con la definición dada por el autor Rojas y es en este sentido, que se realizará mediante un cuestionario la evaluación del servicio prestado por la mediateca de la Alianza Francesa, para constatar el desempeño actual de la misma y basándonos sobre estos resultados proponer mejoras para este servicio y que servirá de base para otras investigaciones.

Para Abdala (2004) la palabra evaluar constituye un proceso sistemático, metódico y neutral que hace posible el conocimiento de los efectos de un programa, relacionándolos con las metas propuestas y los recursos movilizados. Se tiene en cuenta esta propuesta porque amplía la definición anterior, ya que le da un valor agregado a los recursos que se han usado para poder obtener la meta trazada. Estamos de acuerdo en que para poder medir el impacto dentro de la mediateca de la Alianza Francesa, primero, es necesario

hacer una evaluación de su servicio de préstamo de materiales audiovisuales y a la vez medir la satisfacción del usuario y de esta forma mejorar el plan de adquisiciones y elaborar propuestas de mejoras para todos los servicios.

Para Villaraga (s.f) la evaluación es entendida como “el proceso encaminado a determinar sistemática y objetivamente la pertinencia, eficiencia, eficacia e impacto de todas las actividades a la luz de sus objetivos” (p. 2). De esta forma se espera lograr medir objetivamente la pertinencia y el impacto de todos los materiales audiovisuales frente al uso de los materiales bibliográficos.

Actualmente, existen diferentes definiciones sobre: mediateca, muchas dan a entender que son bibliotecas con tendencias a ser lugares de encuentro y sobre todo, tener contenidos científicos y sociales.

Según Eme (2008) las mediatecas son centros de información sobre Francia contemporánea centrados en tres (3) misiones principales: informar sobre Francia y difundir la cultura francesa; apoyar las actividades culturales, además del aprendizaje del francés y cooperar con las bibliotecas locales. En la actualidad la Alianza Francesa de Miraflores cumple con estas tres misiones, informa a través de su colección, difunde la cultura francesa mediante obras teatrales, exposiciones y coopera con otras bibliotecas cuando necesitan algún tipo de información sobre Francia y está disponible dentro de la mediateca.

Des centres d'information sur la France contemporaine axés sur trois missions principales: l'information sur la France et la diffusion de la culture française ; l'accompagnement des activités culturelles et de l'apprentissage du français ; la coopération avec les bibliothèques locales. (...) L'objectif prioritaire est l'information sur la France contemporaine dans tous les domaines, y compris sur les études en France, les cursus des différentes universités et écoles et les modalités d'admission (p. 64).

La opinión que tiene Sagaert (2002) acerca de qué es una mediateca es la siguiente:

A imagen de nuestros colegas franceses, aunque de una forma más modesta, nuestras mediatecas quieren ser a un mismo tiempo lugares de cultura, instrumentos de formación y espacios de convivencia: mediatecas públicas de información. Como ellas, dan un lugar predominante al multimedia y utilizan el trabajo en red. Almas de los institutos culturales, dan forma y ponen a disposición sus recursos y servicios, en un deseo de poder promocionar los recursos y los conocimientos franceses (p. 83).

Esta definición actualmente no se cumple en su totalidad en la AF debido a que si bien es cierto se dispone una parte del presupuesto para las compras de material audiovisual, no se les da un lugar predominante, pero si se cumple el trabajo en red y la disposición de sus recursos como medio de promoción de la cultura francesa.

Del mismo modo, Valdez (s.f.) define mediateca como un espacio que proporciona acceso libre a todos los materiales que sirven de apoyo al aprendizaje de las lenguas extranjeras y estas a su vez fomenten el aprendizaje autodirigido.

Mediateca como un espacio para el aprendizaje autodirigido en el ámbito de las lenguas extranjeras (...) La Mediateca del CELE es un espacio creado para proporcionar un servicio de acceso libre a los materiales de aprendizaje que sirven de apoyo en el estudio de una lengua extranjera. La Mediateca tiene como objetivo promover y fomentar el aprendizaje autodirigido de las lenguas extranjeras que se imparten en el CELE, mediante la utilización de diferentes recursos, con el propósito de crear en el estudiante una actitud de autonomía en relación con su proceso de aprendizaje (p. 1).

Efectivamente en la mediateca de la AF se ha dispuesto todo el material al público interesado en conocer un poco de la cultura francesa y de igual manera se ha dado un interés primordial en materiales que sirvan de apoyo al aprendizaje del idioma francés, tal es el caso de los materiales audiovisuales, así como los libros FLE (Francés Lengua Extranjera) de gramática, conjugación, redacción, fonética y ortografía, los cuales están organizados

según los niveles de aprendizaje de los alumnos: elemental, intermedio y avanzado.

## **1.6 Metodología**

Para realizar el análisis del uso de materiales audiovisuales en formato CD y DVD de la mediateca de Miraflores, se utilizará el método descriptivo y cuantitativo, utilizando los siguientes instrumentos de recolección de información:

- Encuesta en la modalidad de cuestionario, aplicado a los usuarios que hacen uso de la mediateca en un lapso de tres (3) días, se usará una fórmula de muestreo aleatorio simple y se trabajará con un 10% de la población inscrita. La encuesta será estructurada y con preguntas cerradas de alternativas múltiples.
- Estadísticas en base a los reportes de préstamos de tipo histórico de los años: 2004 al 2008.

De acuerdo al resultado obtenido en la encuesta se podrá evaluar el género preferido de los usuarios, tanto en DVD's como en CD's, de igual manera, conocer sus preferencias y el uso que le dan a la mediateca. Mientras que, con los resultados de los reportes de tipo histórico se elaborarán cuadros comparativos del servicio de préstamo de audiovisuales.

Por último, se utilizará el método de análisis estadístico (mínimos cuadrados) de series temporales para realizar una proyección de la demanda y constatar la tendencia que se ha experimentado durante el periodo considerado para la investigación, nos basaremos en los datos obtenidos de los reportes del sistema integrado de bibliotecas francés llamado BCDI3 (Búsquedas del Centro de Documentación e Información).

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 Mediateca**

##### **2.1.1 Antecedentes de Mediateca**

Con el desarrollo de la tecnología, las bibliotecas tradicionales precisaron de una modernización total, tanto de las colecciones que poseían, así como, en la organización y los servicios que brindaban. En ese sentido, algunos países europeos como Francia, decidieron también darle otra connotación a las mismas, llamándolas: **mediatecas**, las cuales ya no serían las renombradas unidades de información, sino, espacios de cultura disponibles al público en diversos soportes: digitales, virtuales, audiovisuales y el clásico soporte en papel.

El término mediateca fue usado por primera vez en la década de los años 70 como consecuencia de la aparición de las computadoras y los programas informáticos que permitían conocer la colección y controlarla con mayor facilidad y rapidez que el método manual que hasta ese momento era muy común; de acuerdo a Bertrand (1994).

"(...) dans les années 70, les bibliothèques avaient surtout besoin de changer d'image et donc de nom ? (...) Le concept de médiathèque s'appuie sur des présupposés politiques, qui se traduisent en propositions techniques" (pp. 8-9).

Al crearse el término mediateca en aquellos años, se opina que fue una idea innovadora para su década, puesto que hasta la actualidad son muy pocas las instituciones que se dedican exclusivamente a dar información mediante medios audiovisuales y digitales sin usar medios impresos. Sin embargo, hoy en día sí es realizable, porque se cuenta con medios más eficaces y menos costosos para poder desarrollarlo.



En el año 1988, en la ciudad de Nimes (Francia) se construyó el primer edificio que llevó el nombre de Mediateca Carré d'Art (Robles, s.f., p. 1), este local tardó 5 años en ser construida y a pesar de que debió ser un centro de información basado en material audiovisual y digital, conservó todo el acervo impreso que tenía en su anterior local. Luego de terminada ésta construcción se propago por toda Francia la edificación de mediatecas y muchas bibliotecas convencionales: municipales, públicas, escolares, etc. decidieron transformarse en mediatecas. Al poco tiempo los países fronterizos como: Bélgica, España, Suiza, entre otros, adoptaron la misma nomenclatura.

A partir del uso frecuente del internet y las computadoras (década del 90), se observó que el intercambio de información era más eficaz y eventualmente llegaría a un mayor número de usuarios potenciales, tanto físicos como virtuales; las bibliotecas iniciaron la implementación de sus catálogos en línea y desarrollaron sistemas informáticos para el préstamo de su colección, además, se puso mayor énfasis a la digitalización de la información. En esta década, las mediatecas se implementaron de mejor manera con materiales audiovisuales (cassettes, vhs, cd's, cd-rom, dvd, dvd-rom) y con equipos informáticos que permitían la navegación de internet. En el año 2001 se inauguró en Sendai (Japón) el primer local ideado como un espacio abierto al público, fue construida por el arquitecto Toyo Ito, quien diseñó las estructuras del edificio en vidrio y acero, con la intención de que sea una obra en concordancia con la digitalización y que se asemeje a los microchips, proporcionando de esta manera al público que asistiera un espacio moderno, donde la persona sienta libertad de acción y pueda hacer uso de los materiales multimedia disponibles con total comodidad.

Actualmente, las mediatecas en Francia son vistas como centros de información especializadas en la difusión de su cultura con medios audiovisuales e impresos, mientras que en el Perú, sólo 2 (dos) instituciones la poseen como servicio: la Alianza Francesa y la Universidad Privada de Ciencias Aplicadas (UPC).

### 2.1.2 Conceptos

Es difícil desligar el término mediateca del convencional término 'biblioteca', porque ambas parten del mismo concepto, tener, guardar, conservar, difundir y brindar información al usuario que lo necesite, pero la diferencia radica en que la biblioteca se encarga en términos generales de adquirir, conservar y poner a disposición material bibliográfico y la mediateca fue concebida como un espacio abierto que permite la difusión y enseñanza de una cultura a través de material audiovisual.

Según el criterio de los autores Nájera y Robledo (2002) la mediateca es:

Un espacio destinado a preservar adecuadamente, para su uso, los registros en formato de consulta no inmediata, así como los canales y recursos de información que requieran de un medio para su decodificación" (p. 5). Los mismos autores realizaron una búsqueda de la definición semántica de la palabra mediateca: "(...) hicimos una búsqueda etimológica que la componen: media = medios, teca = caja, por consiguiente caja de medios sería su definición literal, pero los documentalistas doctos en la materia afirman que la mediateca es en sí un acervo de medios" (p. 5).

Se está de acuerdo con lo expuesto anteriormente, ya que el local de la Alianza Francesa del Perú permite a sus usuarios consultar información referente a Francia no sólo por medios impresos, sino también por recursos que están en soporte digital. Además dentro de la infraestructura se brinda equipos que permiten la decodificación de cualquier material audiovisual que contenga información referente a lo que busca el usuario.

De otra parte, contamos con la definición del autor Robles (s.f.) que sostiene que:

La mediateca es un centro de consulta de información digital, de exploración de medios de comunicación y de experimentación de nuevas formas de arte y expresión ligadas con la informática; resulta imposible pensar que hoy día un estudiante no recurra a la información digital para elaborar una tarea, lo mismo podría decirse de la mayoría de los investigadores. Nuevos materiales como discos compactos (CD-ROM y DVD), microfichas, audio cassettes y filmaciones (videos, microfilm); permiten almacenar

grandes cantidades de información, incluso ésta puede transitar por la mediateca a través de bases de datos en línea (OPAC), sin estar alojada en su interior, físicamente sólo se requieren las terminales de consulta y del site o área de máquinas (p. 2).

Si bien es cierto que la colección debe estar en formato digital, no se comparte totalmente con la definición que propone este autor, porque se hace necesaria la información impresa en caso de que el material digital se dañe, se pierda o no tenga un decodificador adecuado.

Por otro lado, el Centro TIC de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (s.f), propone dentro de su página web, una definición de mediateca la cual es:

“Un centro de recursos de apoyo a la comunidad universitaria para que estudiantes, profesores e investigadores puedan cumplir con sus objetivos de aprendizaje, docencia e investigación, siendo un lugar de encuentro de la comunidad para intercambiar información y explorar ideas”.

Además es una infraestructura física y virtual que une las nuevas tecnologías con los recursos tradicionales de información. En suma, es un servicio que se ocupa del desarrollo de las habilidades en el manejo y recuperación de la información, sobre todo entre los estudiantes y profesores, como tal, es un nuevo modelo que redefine los servicios de la biblioteca en respuesta al impacto del mundo electrónico y en respuesta al cambio en las necesidades de los usuarios.

### **2.1.3 Misión de las mediatecas**

La misión representa la vía principal por la cual se debe guiar su funcionamiento, conocer, entender y llevar a cabo el objetivo propuesto, ayuda a enfocarse y permite tomar decisiones correctas. En la mayor parte de las mediatecas investigadas tienen como punto de partida apoyar la difusión de la cultura y servir de apoyo en el estudio e investigación de sus usuarios, pero en otras dan mayor énfasis en brindar a sus usuarios todos los medios necesarios

para poder decodificar la información buscada y de forma continua asegurar las compras de materiales multimedia para evitar tener una colección anticuada.

La mediateca del Institut de Tourisme et D'Hotellerie du Québec ha propuesto dentro de su página web la siguiente misión:

“(…) tiene por misión recolectar con fines de difusión, los recursos documentales que apoyan la enseñanza y la formación que brinda el Instituto. Además, en el marco de sus actividades de investigación, difusión y animación, contribuye a formar, informar, y a promover la lectura y el uso de los diversos soportes de información”.

Por otro lado, la mediateca del Museo de Quai Branly, propone 2 (dos) misiones, en su página web institucional, que amplían lo presentado por el Instituto de Turismo y Hotelería, las cuales son:

“Una misión patrimonial, conservar y difundir los fondos y colecciones que custodia la mediateca y una misión documental, fomentar la riqueza de las colecciones mediante la adquisición de documentos antiguos, de nuevas publicaciones y de documentos electrónicos”

Mientras que la mediateca del Instituto Superior Dante Alighieri presenta en su página web la misión de la siguiente manera:

“Ser un ámbito de consulta de material multimedia para que los alumnos ingresen al fascinante mundo de la comunicación electrónica en un espacio moderno y agradable dotado de computadoras multimedia, televisores, videograbadores y equipos de audio, se ofrecen a los alumnos, docentes y amigos de la institución la posibilidad de acceder a la información y al entretenimiento que los modernos medios de comunicación facilitan”.

En el caso de la mediateca de la Alianza Francesa de Lima, la misión está estipulada dentro de su reglamento interno y está orientada a:

“Ser un espacio creado para brindar a los interesados información relacionada a la cultura y civilización francesa y además contribuir con la difusión de la misma, a través de la facilitación de documentos bibliográficos y materiales audiovisuales”.

Desde su remodelación en el 2006 cuenta con un destacado sistema de difusión entre los miembros de su comunidad y gracias al incremento del presupuesto se ha logrado desarrollar una óptima gestión de compras de material usado dentro del local (bibliográfico y audiovisual), además, se ha mejorado la promoción del servicio tanto a nivel de institución como para los miembros externos, gracias a los brochures y demás formas de distribución de información (página web, agenda trimestral, blog, entre otras).

#### **2.1.4      Objetivos de las mediatecas**

El objetivo primordial de una mediateca es asegurar que el usuario pueda acceder a la información que necesita, particularmente las contenidas en soportes diferentes al papel, llámese CD-ROM, DVD, CD, bluray, micro film, entre otros y que además facilite a los usuarios los medios necesarios para poder decodificarlos y transmitirlos tanto físicamente como virtualmente. De igual manera, es conveniente resaltar que también tiene otro objetivo primordial y es la de formar a sus usuarios, tanto en el uso de las herramientas y programas informáticos de tratamiento de textos, imágenes, multimedia, consulta a bases de datos, como del uso clásico de materiales impresos.

Para poder consolidar su buen funcionamiento, es necesario que se formulen objetivos, para trabajar a partir de una base y de esta manera cumplir a corto, mediano o largo plazo con los objetivos propuestos. Cada mediateca elabora sus propios objetivos de acuerdo al sistema que manejen y al tipo de usuario que deseen llegar, pero siempre bajo la premisa que deben ser fuente de información y que deben estar prestos a dar las facilidades del medio en donde su usuario se desenvuelva y prefiera usar la información.

Según Vera (2004) el objetivo de las mediatecas y de las bibliotecas es: “dar a todo científico, investigador, docente, estudiante o usuario, el acceso a un espacio virtual de informaciones, que le permita acceder al conjunto de los productos necesarios para su educación, su formación y sus trabajos” (p. 32). No se está totalmente de acuerdo con el concepto dado por el autor, porque no

siempre se atiende a un público con fines educativos como en el caso de personas que no son estudiantes y acuden a la misma solo con fines recreativos.

En el caso de la mediateca del Centro TIC de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (2005) formaliza en su página institucional los siguientes objetivos:

“Garantizar a la comunidad universitaria el acceso a la información, especialmente aquella contenida en un soporte distinto del papel. Además, facilita a los usuarios, no solamente el documento, si no, los medios para acceder a la información contenida en los mismos y a la información externa, permitiendo también el tratamiento de ésta información y la transmisión a distancia de la misma. Como valor añadido, cuenta con personal especializado para el asesoramiento y la formación de sus usuarios en el manejo de las herramientas de acceso y tratamiento de la información: consulta a bases de datos, edición y tratamiento de textos, imagen, sonido y videos. Otro objetivo importante, es la formación de sus usuarios en el uso de las herramientas y programas informáticos de tratamiento de textos, imágenes, multimedia y consulta a bases de datos”.

Como en el caso anterior, la mediateca de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (2007) establece sus objetivos en su página web:

“Proporcionar a los usuarios unas herramientas de trabajo que potencien las actividades de estudio, docencia, investigación y cualquiera de las desempeñadas dentro del marco de la Universidad; -Garantizar el acceso gratuito e igualitario de los usuarios de la Biblioteca a las nuevas tecnologías de la información; -Posibilitar la consulta de los documentos no impresos (DVD, CD, disquetes, videocasetes, diapositivas, recursos en línea, microformas, etc.) que forman parte de los recursos de la Biblioteca”

De igual manera, la mediateca del Instituto de Turismo y Hotelería de Quebec (2006) elaboró la siguiente misión:

“Recolectar con fines de difusión, los recursos documentales que apoyan la enseñanza y la formación que brinda el instituto (...) en el marco de sus actividades de investigación, difusión y animación, la mediateca contribuye a formar, informar, y a promover la lectura y el uso de los diversos soportes de información”

De igual manera, la mediateca de la Alianza Francesa de Lima (2005) plantea dentro de su reglamento interno su objetivo principal: “abastecer continuamente la colección con material bibliográfico, audiovisual y no convencional, que sea de libre acceso y favorezca los vínculos que relacionan a nuestros usuarios con la cultura francesa” (p. 2). Si bien es cierto, la mediateca propone equipos que permiten el acceso a la información, se hace necesario ampliar estos medios para satisfacer a los usuarios.

Por otro lado, la mediateca de la Red Municipal de bibliotecas del Ayuntamiento de Gijón (2006) en su página web institucional ha propuesto como objetivo:

“Satisfacer las necesidades de acceso a las nuevas tecnologías, formación digital y autoformación de los ciudadanos. Para ello las mediatecas están dotadas de ordenadores que proporcionan a los usuarios acceso libre y gratuito a Internet, ofreciendo nuevas alternativas de búsqueda de información”.

### **2.1.5 Usuarios en mediatecas**

Para que una mediateca sea rentable y justifique el fin de su creación es necesario que cuente con usuarios que hagan uso de la colección propuesta sea en forma presencial o virtual. Los usuarios hacen posible que la mediateca pueda desarrollarse o quiebre en un determinado momento, pero lo principal es que mejore gracias a los aportes que los propios usuarios hagan en las encuestas o en el buzón de sugerencias.

Según la RAE (2001) el término usuario es: “una persona que tiene derecho de usar de una cosa ajena con cierta limitación” (p. 2 259). Efectivamente, la persona que se hace socia o miembro de una mediateca tiene el derecho de efectuar diversos préstamos y de igual manera hacer uso de todos los servicios que ésta ofrezca, teniendo en cuenta que hay muchas restricciones de uso, por ejemplo, los materiales de consulta, tales como enciclopedias y diccionarios que son sólo de lectura en sala y no pueden salir

en préstamo o cualquier otra restricción presente dentro del reglamento que la sostiene.

Dentro de las normas ISO 2789 (2003), el vocablo usuario se define como: “el destinatario de los servicios de la biblioteca” (p. 14). Dicho de tal manera, la mediateca es frecuentada por un gran número de personas con diferentes fines, entre estos tenemos:

- Estudiantes (escolares, universitarios, etc.): hacen uso del material para resolver trabajos asignados por sus instituciones, en general, el uso que ellos dan a la mediateca es exclusiva sólo a la investigación.
- Profesores: que buscan información complementaria para poder preparar sus clases o sus evaluaciones.
- Niños: si se posee un espacio para niños, este lugar ofrece materiales e infraestructura especial para que el niño se pueda sentir cómodo y con literatura de acuerdo a su edad.
- Tercera Edad: usuarios que asisten y hacen uso de la colección para fines recreativos.
- Personas discapacitadas: algunas mediatecas proponen espacios para personas que presentan alguna discapacidad como ceguera en el cual hay salas especiales para material en braille, etc.
- Extranjeros: para buscar información del país donde se encuentre, para reforzar el aprendizaje del idioma y de la cultura del mismo.
- Investigadores: que hacen uso de material documental y de campo, en especial de tesis, monografías, ensayos, resúmenes, tratados, etc.



En su libro, Calenge (1999) explica que la mediateca es un servicio público en donde debe existir democracia y debe asegurar la igualdad de acceso a la lectura y a las fuentes documentales y audiovisuales para permitir la independencia intelectual de los individuos y de esta manera contribuir con el progreso de la sociedad y se centra en un esquema de tipos de usuarios, en el cual sólo hay 3 (tres) parámetros que los definen y son los siguientes:

- Necesidad de Información: responde a todas aquellas personas que desean obtener una información con un objetivo, responder a una necesidad operacional o a contribuir con la construcción de su personalidad.
- Uso documental: que depende de cada persona y de su forma de apropiarse de la información que buscan, puede ser a través de la modalidad psicológica, auditiva, selectiva, trabajo o placer, también por el comportamiento de llevar la información a domicilio, en sala, colectivo, etc., o por último puede ser una modalidad instrumental, en la cual puede ser con recursos impresos, fonográficos, audiovisuales o informáticos.
- Comportamiento: la manera de ser de la persona para buscar una información, en este parámetro están las personas que le gusta ser el lector asiduo u aquel que va en determinados momentos, a la persona que acude a la mediateca para encontrar un ambiente de su agrado ya sea por la calma o por encontrarse rodeado de gente y poder entablar conversación con algún otro usuario, etc.

#### **2.1.6 Colecciones de mediatecas**

La colección tanto de una mediateca como de una biblioteca debe ser coherente a las necesidades de los usuarios a los que se quiere llegar a atender y adaptada a cumplir con la misión y los objetivos propuestos. En la mayoría de mediatecas a nivel mundial, el elemento primordial en la colección es el material multimedia, llámese: DVD, CD, CD-ROM, blu-ray, microficha, microfilm, VHS, etc.; en la actualidad hay muchas que cambiaron el término

‘biblioteca’ para modernizarse y al agregar material audiovisual a su colección compuesta por material bibliográfico hoy en día poseen los dos tipos de materiales.

La adquisición de los materiales depende también del presupuesto asignado a la mediateca, si bien es cierto que actualmente la información es fácil de ubicar y de obtener, mantenerla o comprarla sigue siendo para muchas de estas un gasto que no pueden cubrir, lamentablemente la tecnología avanza constantemente y muchas veces las mediatecas no pueden ir al mismo paso de ésta y la información queda obsoleta al poco tiempo de adquirida. Por otra parte, las colecciones dependen de la diversidad de las demandas hechas por los diferentes tipos de usuarios y la preocupación de la misma por adquirir materiales que respondan al interés de todos.

Ahora bien, las mediatecas se destacan por poseer dentro de su colección material no bibliográfico, es decir, todo aquel documento audiovisual o de formato digital que pueda reproducirse con un equipo especial adaptado a su tecnología. La gran mayoría tiene mayor acceso a documentos grabados en CD, CD-ROM, DVD y DVD-ROM, los cuales pueden alojar una gran cantidad de información. En la actualidad, existen diferentes materiales que están vendiéndose por tener el doble o hasta el triple de capacidad de almacenamiento y están haciéndose más conocidos, en algunas se están haciendo uso de los libros electrónicos (e-books), BD's (Bluray discs) que tienen 7 (siete) veces más la capacidad de un DVD, también se aprecia el uso de los SD's (Secure Discs) que están siendo usados para la distribución de diccionarios en las principales mediatecas de Europa y las bibliotecas de Estados Unidos. Además, se puede hablar de base de datos que son compradas de acuerdo al tema que necesitan y también lo que se está haciendo muy común son los bancos de imágenes (fotografías digitales, obras de arte, etc.). Todos estos formatos multimedias necesitan de un decodificador especial como: los lectores digitales y en muchos casos computadoras conectadas a internet.

### 2.1.7 Servicios de la mediateca

Esta es la sección más importante de una mediateca, sin los servicios, de nada serviría tenerla dentro de un local o institución que ofrece algún tipo de servicio de información. Los servicios que ofrecen no son diferentes a los de una biblioteca, pero cuentan con algunos servicios extras que éstas no poseen. Entre los servicios más representativos se tiene:

- ❖ **Servicio de referencia:** dicho servicio se realiza en el mostrador de informes, algunas veces este servicio se realiza en el mismo módulo en donde se efectúan los préstamos y devoluciones y por lo general, se pueden encontrar personas calificadas para brindar ayuda en caso de que el usuario necesite algún tipo de recomendación o consejo para orientarse, buscar adecuadamente la información que necesita, o tener la información básica de cómo usar la mediateca.
- ❖ **Préstamo en sala:** es un servicio gratuito y personal, en el caso de ofrecer una estantería abierta, que pone a disposición de los usuarios materiales de diversos tipos (libros, revistas, CD's y DVD's), para ser consultados en la propia sala y dentro de los horarios de la misma.
- ❖ **Préstamo a domicilio:** este servicio depende de las políticas de la institución, para poder ser gratuito o bajo una inscripción, está dirigido a cualquier persona que quiera hacer uso de los documentos de la mediateca en su propia dirección por un tiempo determinado.
- ❖ **Reserva:** se realiza en el caso de que un documento esté prestado a otro usuario en el mismo momento que lo solicite otra persona, se puede realizar presencialmente o mediante la opción de reserva por el catálogo electrónico, teniendo una cuenta de usuario y si la mediateca brindara esa opción.

- ❖ **Servicio de mediateca:** es el más apreciado por los jóvenes que prefieren la tecnología antes que los materiales bibliográficos, este servicio brinda acceso a las nuevas tecnologías como: préstamo de discos compactos, discos versátiles digitales (DVD), disposición de equipos de televisión y de música, tanto para uso en sala como para domicilio.
- ❖ **Conexión a internet o wi-fi:** es un servicio agregado de cada local, que permite a sus usuarios conexión gratuita por un tiempo determinado si es que usa una computadora del propio local, pero ilimitado si el usuario transporta su computadora portátil.
- ❖ **Consulta del catálogo público automatizado:** este servicio fue creado para facilitar el uso y localización de gran parte de la colección, puede ser usado de (2) dos formas, una vía intranet, que es la usada dentro de la institución o vía internet, la cual es la más fomentada por todas las mediatecas o bibliotecas del mundo, que permite revisar desde cualquier localización la colección entera y encontrar más fácilmente lo que se desea.
- ❖ **Servicio de prensa y revistas:** se cuentan con un espacio reservado para lectura de prensa y revistas que pueden ser tomadas en préstamo en sala o a domicilio.
- ❖ **Préstamos institucionales:** un servicio que brindan algunas mediatecas a otras instituciones ajenas a la propia, de un documento, físicamente o brindando una copia o parte del mismo.
- ❖ **Servicio electrónico:** depende de la política de la institución y es la que permite revisar y buscar información en bases de datos, a las cuales esté afiliada.

### **2.1.8 Características de mediateca**

#### **- Colección.-**

La principal característica de una mediateca es la colección que posee, tanto de materiales bibliográficos como materiales multimedia, además, dispone de equipos electrónicos para poder decodificarlos y permite el préstamo de dichos materiales a sus usuarios.

#### **- Infraestructura.-**

Las mediatecas brindan espacios amplios para la lectura en sala, contando con una superficie no menor de 200 m<sup>2</sup>, por lo general tienen más iluminación y un adecuado sistema de ventilación para asegurar el correcto funcionamiento de los equipos electrónicos.

#### **- Adquisiciones.-**

Es distinta a la de una biblioteca, ya que, por el uso primordial que se da a todos los materiales multimedia, en el presupuesto se destina un porcentaje importante para la compra de estos materiales y para la continua renovación de equipos electrónicos que sirven para decodificarlos.

#### **- Usuarios.-**

Que hacen uso de la infraestructura prefieren buscar la información que necesitan en medios audiovisuales o por medios electrónicos antes de usar materiales bibliográficos, ya sea, por la rapidez que consiguen la información requerida a través de la computadora o por la facilidad de guardar dichos datos en las memorias extraíbles: usb.

- **Personal.-**

Debe ser calificado para atender y resolver problemas que surjan a la hora de decodificar cualquier material contenido en la mediateca, del mismo modo deben saber orientar al público que no tiene conocimiento del funcionamiento de los equipos.

- **Publicidad.-**

Por lo general se realiza por medios electrónicos: catálogo electrónico, página Web, blogs y boletines electrónicos.

- **Promoción y animación.-**

Es más completa, al contar con material proyectable como: películas y conferencias grabadas o con información contenida en CD-ROM, el cual puede ser utilizado en red por varios usuarios a la misma vez.

## **CAPÍTULO III**

### **EVALUACIÓN DEL PRÉSTAMO DE MATERIAL AUDIOVISUAL EN LA MEDIATECA DE LA ALIANZA FRANCESA: SEDE MIRAFLORES (2004-2008)**

#### **3.1 Alianza Francesa en el mundo**

La Alianza Francesa fue creada en París el 21 de julio del año 1883 (Jacq, 2008) gracias a reconocidas figuras del mundo político e intelectual de Francia entre ellos destacan: Julio Verne (novelista), Louis Pasteur (científico), Ernest Renan (historiador), entre otros, siendo el promotor del proyecto de creación el embajador Paul Cambon y el fundador, el prestigioso historiador y geógrafo, Pierre Foncin, quien tenía la idea de difundir el espíritu y los ideales franceses mediante su idioma y el respeto a la diversidad cultural del mundo y tener en el francés una herramienta más para que las diversas culturas pudieran comunicarse en diferentes ámbitos: culturales, científicos y populares. Luego, se constituyó un Consejo de Administración siendo posteriormente aprobado por el Ministerio del Interior de Francia y se elaboraron sus estatutos, los cuales fueron aceptados por la Asamblea General del 10 de marzo de 1884, fecha que es la aceptada como la verdadera fundación de la Alianza Francesa de París.

Desde sus inicios, la AF tuvo buena acogida tanto a nivel nacional (Francia), como a nivel internacional, especialmente en Barcelona (España 1884), al ser la primera que se fundó en el extranjero, en aquel mismo año se fundaron en Senegal, la Isla Mauricio y en México D.F., luego en 1889 se fundó en Asia (India), se expandió por África y el Caribe y es en el año 1890 que se constituye la primera Alianza Francesa de América del Sur, en Lima (Perú), luego, en 1902 se creó el primer establecimiento en Canadá y la federación de las Alianzas Francesas de Estados Unidos; en 1917 se establece en República Dominicana y prontamente por todo el Caribe y América del Sur. En el año 1919 l'Alliance Française de París abre una escuela de lengua francesa "*L'École de Paris*" y en plena segunda guerra mundial el General De Gaulle

reafirma la vocación y los valores de la AF, en 1983, el presidente François Mitterrand rinde homenaje a la institución con motivo de su centenario. Desde el año 2000 las AF a nivel mundial entraron en un proceso de modernización y adaptación a las nuevas tecnologías de información y de este modo en París se crea el primer centro de recursos multimedia en el año 2002, inaugurado con un gran recibimiento de sus alumnos, debido a que por primera vez se ofrecería a los alumnos el uso de materiales multimedios.

Para el año 2003 se realizó un estudio de mercado en el cual se registró un importante crecimiento en el número de personas matriculadas en la red de las Alianzas Francesas a nivel mundial, dando como resultado de este estudio, que a partir de la década del 2000, a nivel mundial, hubo una repotenciación del idioma francés, consiguiendo de esta manera un incremento del 9% del alumnado a comparación con años anteriores. Como consecuencia de este crecimiento de alumnado, se hizo necesario el relativo crecimiento de profesores y de esta forma se lanzó al ciberespacio el sitio pedagógico y el anuario de la red en línea vía internet en la página [www.alliancefr.org](http://www.alliancefr.org)

De igual manera, todas las Alianzas Francesas, son asociaciones autónomas sin fines de lucro y están bajo la responsabilidad del comité de su país y los ingresos que generen sirven exclusivamente para los gastos de su funcionamiento. Cabe resaltar que anualmente se realiza un coloquio en donde se reúnen los diferentes directores de todas las Alianzas Francesas, creadas a nivel mundial, para poder unificar su acción cultural y pedagógica, y si en caso se necesitara de alguna otra estrategia para ser resuelta y puesta en marcha luego de este coloquio; así mismo, los directores tienen una reunión anual para tratar temas económicos y establecer parámetros económicos para sus proyectos de corto y largo plazo. Actualmente, la AF a nivel mundial cuenta con alrededor de: 8 078 personas encargados de los Comités Directivos, 10 908 entre su personal, de los cuales 7 598 son profesores y en razón de alumnado se alberga a casi 800 000 estudiantes para el año 2008. (Anexo n° 1)



### **3.1.1 Alianza Francesa en el Perú**

La Alianza Francesa de Perú fue fundada en el local de bomberos llamado “Bomba Francia”, ubicado en el centro de Lima, el 12 de febrero de 1890, pero fue constituida por escritura pública el 2 de octubre de 1962. Sin embargo, es a partir del 20 de junio de 1979 que por Junta General extraordinaria se acordó modificar los estatutos de la Asociación Francesa de Lima y poner en marcha la institución. Es así que la AF fue creada como una institución sin fines de lucro con el objetivo principal de fomentar y desarrollar los vínculos de amistad entre el Perú y Francia mediante el intercambio cultural en todos sus aspectos y, especialmente, mediante la enseñanza y difusión del idioma francés.

Actualmente, la Alianza Francesa cuenta con ocho (8) sedes distribuidas en todo el Perú, las provincias beneficiadas son: Arequipa, Chiclayo, Cusco, Huancayo, Iquitos, Lima, Piura y Trujillo. La primera en fundarse fue la sede de Lima (1890), a continuación fue la sede de Cusco, creada el 9 de agosto de 1948; a los pocos años se creó la sede de Arequipa (1953), luego de doce (12) años se crearon tres (3) sedes en el norte del país, siendo estas: Chiclayo, Trujillo y Piura (1965), ya en el año 1990, se creó la primera sede en la selva peruana, departamento de Iquitos y recientemente se inauguró la sede de Huancayo en el año 2007.

Con respecto al departamento de Lima, la AF tiene seis (6) sedes en diferentes distritos: Miraflores (1974), Jesús María (1980), San Miguel (2004), Los Olivos (2007), La Molina (2005) y Lima-Centro, la más antigua de todas las sedes fundada en el año 1965. En cuanto a los ingresos de la asociación, el Perú se clasifica en la novena posición mundial, en cuanto al número de asalariados y profesores en la décima posición, en el tema de estudiantes, la Alianza Francesa de Lima, ocupa la segunda posición a nivel mundial, sólo superada por la sede de París, por tanto, es una de las más importantes. (Anexo n° 2)

### 3.1.2 Organización

Todas las Alianzas Francesas en el mundo están organizadas de la siguiente manera (Anexo n° 3):

- **La Asamblea General de Socios:** es el órgano supremo de la asociación y está conformada por todos los socios hábiles de la institución, sus funciones son las siguientes: elegir a los miembros de la Junta Directiva, aprobar o desaprobar el balance y las cuentas que someta la Junta Directiva, reformar o modificar el estatuto, disolver la asociación y resolver cualquier otro asunto durante su convocatoria.
- **La Junta Directiva:** está formada por quince miembros elegidos por la Asamblea General de asociados, se encarga de dirigir las actividades de la institución, nombrar a los integrantes del Comité Ejecutivo y aprobar su gestión, rendir cuenta de las actividades de la institución, convocar asambleas ordinarias y extraordinarias, llevar un libro de acuerdos, aprobar la compra y venta de bienes inmuebles, hipotecas, etc. como las operaciones financieras que requiera la institución.
- **El Comité Ejecutivo:** está conformado por cinco miembros entre sus funciones destacan: vigilar la marcha de la institución, fijar el monto de los derechos de matrícula y pensión de enseñanza, otorgar becas, aprobar o desaprobar las cuentas de tesorería, nombrar, remunerar y cesar a los trabajadores de la institución de conformidad a las disposiciones vigentes, preparar la memoria y el balance del ejercicio vencido, para su presentación ante la Asamblea General, aprobar todo convenio y contrato, entre otros.
- **La Dirección de la institución:** formado por una sola persona, el director, el cual se encarga de asistir a las reuniones de la Junta Directiva y del comité ejecutivo de la institución, dirigir y controlar las actividades docentes, culturales, administrativas, económicas y de

servicio de la institución y establecer las obligaciones y derechos de los docentes destacados por el Ministerio Francés de Relaciones Exteriores.

### **3.2 Mediateca de la AF de Miraflores**

La institución objeto del informe profesional será la sede de Miraflores, por ser la primera mediateca creada en Lima y es la que tiene mayor afluencia de público desde sus inicios.

#### **3.2.1 Antecedentes**

La mediateca de Miraflores de la Alianza Francesa de Lima fue creada en el año 2000, sobre las bases de la primera biblioteca inaugurada en el año 1965 dentro de la sede de Lima-Centro, en dicho local funcionó hasta el año 1986 cuando se adquirió el local de Miraflores. Al terminar la mudanza, se reabrió la biblioteca en el nuevo local, pero la infraestructura no albergaba toda la colección que poseía en Lima-Centro, así que parte de ésta, fue destinada al depósito y a donaciones, de este modo funcionó sin fondos actualizados, ni ficheros. Pero en el año 2004, desde la llegada de la nueva dirección, se decidió reorganizar la biblioteca y fue cuando se le cambió de nombre a mediateca, de igual manera, gracias a la eficiente gestión y a una importante suma destinada a las adquisiciones, permitió renovar la colección y así mismo incrementar las visitas de lectores.

Luego de la remodelación de la mediateca de Miraflores, en el año 2004 se creó otra más pequeña en la sede de Jesús María, la cual respondió correctamente a la creciente demanda de los alumnos de esa sede, en el año 2005 tras un estudio de mercado que se aplicó a los alumnos se vio conveniente crear una nueva sede que dispusiera de una mediateca en el distrito de La Molina, para descentralizar a todos los alumnos de la sede de Miraflores, y es a partir del 2007 que se decidió preparar un pequeño espacio como biblioteca en las otras sedes de la Alianza Francesa (San Miguel, Los Olivos y Lima Centro.)

### 3.2.2 Infraestructura

Ubicada dentro del local de la Alianza Francesa de Miraflores cuenta en infraestructura con una instalación amplia de una sola planta (Anexo N° 4), actualmente posee una superficie de 320 m.<sup>2</sup> accesibles al público, espacio superior a la media de las mediatecas del extranjero que es de alrededor de 200 m.<sup>2</sup>, el inmueble está dividido en cinco (5) salas, de las cuales sólo tres (3) son de uso público (Sala Roman, Sala Ciencias y Sala Novedades), las salas restantes están diseñadas para brindar diferentes tipos de servicio, es así que, la Sala CDP (Centro de Documentación Pedagógica) está destinado para uso exclusivo de los profesores de la institución o los que pertenecen a la red de excelencia y la Sala Campus France destinada a apoyar a estudiantes para conseguir becas o continuar sus estudios en Francia.

Luego de la remodelación del 2006, la mediateca quedó habilitada para proveer crecientes servicios de información, con equipos de consulta digital para medios audiovisuales e interacción con sistema de Internet inalámbrico, éste último se instaló en todo el local para todos los equipos electrónicos personales (laptop, ipod, iphone, palm, etc.). Por el momento, la mediateca puede albergar a 45 personas sentadas cómodamente, divididas entre las tres (3) salas destinadas para lectura, así mismo, posee tres (3) computadoras destinadas para el uso de los usuarios, tanto para visualizar los materiales audiovisuales como hacer búsquedas en el catálogo electrónico y dos (2) computadoras para el uso exclusivo de profesores.

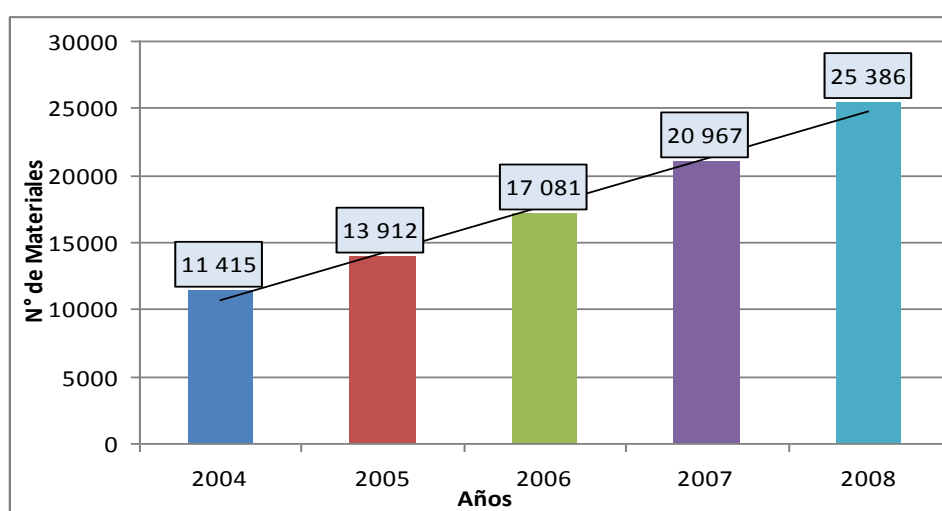
Cabe mencionar que recientemente se ha construido un depósito en la parte posterior de 70 m.<sup>2</sup>, en donde se almacena todo el material que está deteriorado, malogrado, incompleto o desactualizado, además sirve de almacén de: mapas, folletos, juegos de mesa, cuadros, afiches, posters, entre otros; que son utilizados por la institución para diversas actividades, ya sea educativas: clases, exposiciones y actividades culturales: presentaciones artísticas, charlas, muestras y exhibiciones.

### 3.2.3 Colecciones

La colección está ordenada con el sistema de clasificación Dewey adaptado a las necesidades de la AF, bajo la modalidad de estantería abierta, distribuida entre las tres (3) salas que dispone para sus usuarios y está repartidas de la siguiente manera: **Sala Roman**, integrada por novelas, biografías, revistas de adolescentes, historietas para todas las edades y material de gramática del idioma francés; **Sala Ciencias**, la más grande de la mediateca, contiene libros con la clasificación Dewey desde el 000 al 900; la **Sala Novedades**, la más visitada, contiene revistas con temas de actualidad orientados al público joven y adulto, material audiovisual y las novedades del mes, de igual manera, en esta sala se encuentran los equipos multimedia y la recepción.

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico la mediateca ha tenido un crecimiento sostenido en los cinco años de análisis, en el 2004 sólo se tenía un total de 11 415 títulos y actualmente, cuenta con una amplia colección de material bibliográfico y material audiovisual, de esta manera la colección asciende a: 25 386 libros, 1 481 discos compactos, 3 608 DVD's, 217 CD-ROM, entre otros materiales, llegando a un total de 25 386 títulos.

**Gráfico N° 1**  
**Cantidad de la colección por años**



Fuente: Base de datos de la mediateca de la Alianza Francesa  
Elaboración propia

Cabe mencionar que la mediateca cuenta con una colección más amplia en materiales bibliográficos porque primero fue una biblioteca y al iniciarse las compras de material audiovisual se reestructuró su nombre, actualmente, tiene catalogada su colección en siete (7) soportes: material periódico, libros, brochures, CD's, DVD's y CD-ROM y material multi-soporte (libros + CD o DVD). Como en el gráfico anterior, se puede apreciar un crecimiento gradual de cada soporte de la colección desde el 2004 hasta el último año, además se debe tener en cuenta que los datos expresados a continuación es el recuento anual de los materiales.

**Tabla N° 1**  
**Colección por tipo de soporte**

<b>Soporte</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Brochure	2	17	30	50	79
CD	125	278	414	962	1481
CD-ROM	5	11	22	56	217
DVD	538	965	1 896	2 808	3 608
Libros	10 684	12 534	14 593	16 928	19 698
Multisoporte	19	33	40	102	240
M. Periodico	42	74	86	61	63
<b>Total</b>	<b>11 415</b>	<b>13 912</b>	<b>17 081</b>	<b>20 967</b>	<b>25 386</b>

Fuente: Base de datos de la mediateca de la Alianza Francesa  
Elaboración propia

En la clasificación de los documentos se utiliza el sistema Dewey, para la notación interna se toman las tres primeras letras del apellido del autor, además, se ha adecuado la presignatura de algunas materias para facilitar al usuario la ubicación de la información que requiere, por ejemplo: la sección Roman (**R**-Novelas), Roman Policier (**RP**-Novelas Policíacas), Biographie (**B**-Biografía), y Bandes dessinées (**BDJ**-Tiras Cómicás para jóvenes).

- Novela:

R SAL      SALINGER, J.D. *L'attrape-coeur*. 2° ed.  
Paris, Francia: Pocket, 1986  
252 p. ISBN 2-266-12535-4

- Tira Cómicá:

BDJ SAI      SAINT MARS, Dominique de. *Le cousin de Max et Lili se drogue*. Paris, Francia: Pocket, 1986.  
45 p. ISBN 2-88480-022-0

En relación al material audiovisual (DVD, CD, CD-ROM), son los soportes más apreciados por los alumnos para aprender la lengua y practicarla, si bien es cierto que en la actualidad se tiene más de 5 000 materiales de esta clase, no se cuenta con muchas películas subtituladas al español y esto obliga a que los alumnos se esfuercen un poco más al practicar con este tipo de material. En cuanto al material periódico se tiene 63 suscripciones a revistas francesas, 50 de ellas destinadas al público adulto y 13 para niños y jóvenes. Lamentablemente por causa de la distancia, las revistas llegan a Perú con una o dos semanas después de su aparición y al adquirir un solo ejemplar por cada revista, mientras sea la última publicación sólo es para lectura en sala.

La mayor parte de los materiales ofrecidos a los usuarios pueden ser tomados en préstamo, excepto los materiales de referencia como: los diccionarios, enciclopedias, los “quid” que son almanaques mundiales muy frecuentes en Francia, libros de edición de lujo y libros de difícil adquisición, todos estos materiales, tienen un sticker rojo que indica que están fuera de préstamo. La mediateca no se especializa en un tema en especial, pero se ha tratado de dar mayor importancia a las áreas de: medicina, gastronomía, derecho y literatura, considerando que la mayor parte de los usuarios son alumnos universitarios que hacen uso de este tipo de información. Por otro lado, se ha implementado la sección de documentos FLE (gramática, literatura fácil, fonética, conjugación y material de respaldo de clase) también la que se trata de incrementar y renovar permanentemente. La colección en su mayoría es adquirida por la Alianza Francesa, pero también se reciben donaciones por parte de algunas entidades francesas, como es el caso de:

- Donación Adiflor: Es una asociación que tiene por misión principal contribuir con la promoción de la lengua y la cultura francófona por medio de la donación de libros a través del mundo entero. El último año se contó con 6 000 volúmenes donados.

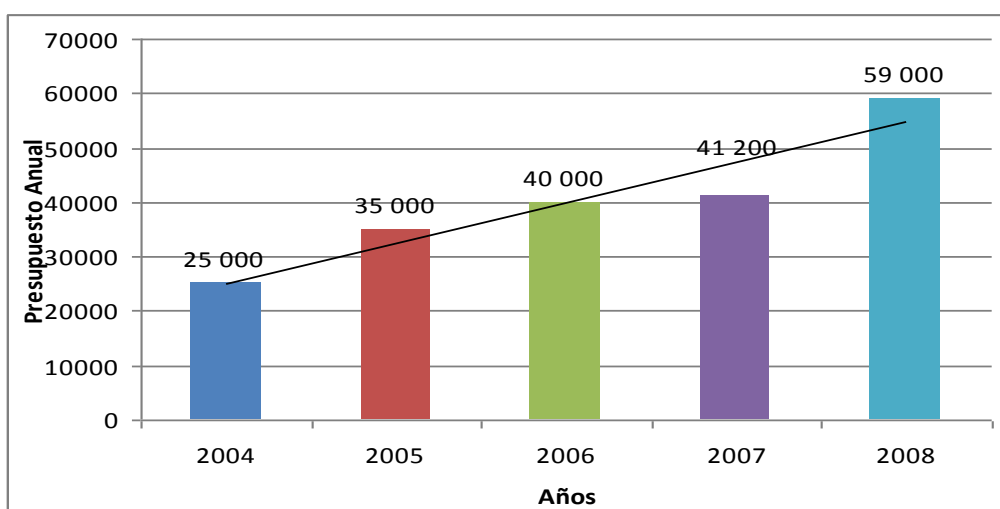
- Donación Hachette: De igual manera, promocionan la lengua francesa y entre sus donaciones sobresalen las tiras cómicas, novelas y guías turísticas, en el 2008 se recibió 200 obras de estos temas.

### 3.2.4 Presupuesto

El presupuesto anual de la mediateca no es fijo y varía según los años, está compuesto por fondos propios dados por la AF y las subvenciones del MAE (Ministerio de Asuntos Extranjeros) que están dentro del cuadro del plan de mediateca, además, para su correcto funcionamiento contempla diversos gastos de: personal, mantenimiento, remodelación, adquisición de nuevos materiales, animación, promoción y capacitaciones.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, el presupuesto que otorga la AF a la mediateca ha tenido un incremento moderado anual, donde la media es de 5 000 euros por año, debido a que desde el año 2004 la mediateca es considerado un anexo beneficiario de todos los servicios de la AF, tanto de las matrículas, multas por retraso y de otros beneficios adquiridos por la institución.

**Gráfico N° 2**  
**Presupuesto anual por años**



Fuente: Datos de la Alianza Francesa  
Elaboración propia



El ex Director de la AF, Sr. Pierre Rivron le dio una gran importancia al desarrollo de la mediateca, desde el inicio de sus funciones, en el año 2004, invirtió en la remodelación, contratación de personal calificado y compra de materiales nuevos, así mismo, le interesó ser parte del plan de apoyo a mediatecas (PAM) de Francia, el cual apoya monetariamente a las mediatecas que desarrollen un proyecto dentro del cuadro de requerimientos que la Oficina de Mediatecas del Ministerio de Asuntos Extranjeros propone anualmente.

Este proyecto debe comprender las indicaciones siguientes: estar inscrito como un proyecto social, tener el análisis del medio documental local en donde se realizará, de la misma manera hacer un análisis del público existente, sus sugerencias y estrategias diseñadas y finalmente formular un pequeño proyecto de política de adquisición. Además, el establecimiento debe cumplir con cuatro (4) criterios para poder ser elegible:

- Superficie de la mediateca: 100 m<sup>2</sup> mínimo
- Colección de la mediateca: 3 000 documentos mínimo
- Personal de la mediateca: 1 persona dedicada mínimo
- Actualización de la colección: al menos 1 euro por cada documento presente en la colección (Ejemplo: 10 000 documentos: 10 000 euros/año para las adquisiciones), este criterio permite esperar una tasa mínima de actualización de colecciones del 5%.

Luego que los proyectos son analizados en concertación con la oficina de establecimientos culturales y una comisión final presidida por la Directora de la Cooperación Cultural Francesa, eligen los mejores proyectos y se les otorga el monto que han destinado en el proyecto presentado.

La mediateca recibió en el 2006 una subvención de 70 000 euros, de los cuales 20 000 fueron destinados a la compra de obras y el monto restante sirvió para la remodelación de la misma. En el 2007, el Ministerio de Asuntos Exteriores (MAE) entregó una gran subvención de 10 000 euros para la compra

de libros del proyecto “La Bibliothèque de l’Apprenant” creada para apoyar el aprendizaje de los alumnos.

### **3.2.5 Política de adquisiciones**

La mediateca apunta a dotar de obras generales que cubran todos los campos del conocimiento a fin de dar conocer al público la forma de escritura, el pensamiento y la investigación francesa, se basa en las exigencias de la Oficina de Mediatecas del Ministerio de Asuntos Extranjeros. Con la finalidad de adaptarse a los diferentes niveles de aprendizaje del idioma se prefiere adquirir colecciones que tiendan al enciclopedismo y que posean diferentes niveles de dificultad, esto debido a que se toma en cuenta los diferentes niveles que tienen los estudiantes en francés, de igual manera se ha previsto desarrollar la colección de materiales en español de temas franceses y en materiales audiovisuales se da mayor énfasis a la compra de éstos materiales que incluyan subtítulos en francés y que tengan un libreto de acompañamiento con los discos compactos.

Todas las compras se realizan en librerías francesas vía internet entre dos (2) a cuatro (4) veces por año, primero se realizan las listas de los pedidos, se buscan los mejores precios y se procede a hacer la compra, al tener las listas de compras hechas de materiales bibliográficos se envían las listas al ADPF (Asociación de difusión del pensamiento francés) que se encarga de contactar a todos los proveedores y reagrupa las listas de pedidos y las envía por valija diplomática francesa, cuando la compra es grande y pesada (más de una tonelada) es enviada vía marítima, si no fuera el caso, vía área. En el caso del material audiovisual se realiza la compra vía internet de Price Minister y son recepcionadas en Francia gracias a una dirección fija que se tiene allá.

Del mismo modo, se realiza anualmente la depuración del material dañado, mutilado u obsoleto, con el fin de liberar espacio para las nuevas adquisiciones. Esta depuración es hecha según el método francés llamado: ‘IOUPI’, que consiste en separar, sobretudo los documentos obsoletos,

estropeados y no consultados (este último criterio es evaluado gracias a la rotación de préstamo visible por la base de datos con la que se trabaja), para ampliar un poco sobre este método cada una de sus siglas significa la forma como se va a tratar la depuración, en donde:

I = información incorrecta o desactualizada

O = información ordinaria, muy básica

U = libros demasiado usados (rotos, quemados, mojados)

P = material malogrado

I = información inadecuada para la mediateca

### **3.2.6 Equipamiento y gestión informática**

La mediateca siempre ha estado a la vanguardia de productos innovadores en gestión bibliotecaria y hasta el momento se ha trabajado con diferentes sistemas. En el 2004 se adquirió el Sistema Integrado ABSYS y Absys Web, programa que brindó dos años de trabajo y con el cual se logró catalogar toda la colección, luego, en el 2006 se migró la información a un sistema de gestión bibliotecaria francés llamado BCDI3 (modulo especial BCDI Web y Red), que permite trabajar en red y estar en comunicación directa con todas las sedes y acceder al catálogo electrónico las 24 horas, además efectúa fácilmente: la catalogación, la gestión de préstamo, gestión de usuarios, de retrasos, de renovación de préstamos y reservaciones, así como de estadísticas de actividades y los inventarios y a finales del 2008 se adquirió el Sistema Integral de Bibliotecas: PMB, sistema que se desarrolla a partir del 2009.

En equipamiento electrónico, la mediateca posee nueve (9) computadoras de última generación, cuatro (4) de ellas son para uso exclusivo del personal y tres (3) son para uso de los usuarios, todas están habilitadas para usar internet, visualizar DVD's, escuchar CD's y revisar el catálogo electrónico y finalmente, se tiene dos (2) computadoras dentro del Centro de Documentación Pedagógica reservadas para el uso de los profesores de la institución como de

los convenios. Cabe resaltar, que todas las computadoras del personal tienen intranet, además todas están en red, comparten archivos y la impresora.

La mediateca cuenta con otros equipos electrónicos importantes como: el sistema antirrobo, el cual se activa gracias a unos stickers colocados en toda la colección y funciona con unas antenas detectoras instaladas en la entrada principal, además se tiene instalado el sistema contraincendios que se encuentra distribuido en todas las salas, el sistema de luces de emergencia colocado en la sala principal y el sistema de vigilancia por cámaras repartido en todo el local, con transmisión simultánea en vigilancia de la AF, la cual se encuentra activada permanentemente las 24 horas del día, aún cuando la mediateca haya concluido la atención al público.

### 3.2.7 Personal

El personal es el elemento primordial para que la mediateca funcione correctamente, hasta el momento no se cuenta con un organigrama definido, pero la organización interna es de la siguiente manera: está dirigido por una directora especializada en Biblioteconomía (Francia), dos asistentes bilingües bachilleres en Bibliotecología y C.C.I.I. a tiempo completo, dos personas de apoyo part-time y se completa el equipo de trabajo con dos (2) practicantes francesas de la Escuela Profesional de Toulouse (Derecho y Ciencias Políticas), con la cual, la AF tiene un convenio de prácticas.

- Cargos y funciones
  - **Directora:** supervisa la catalogación, organización de las colecciones, coordina el trabajo en equipo y se encarga de la política de adquisición, además gestiona el desarrollo de los servicios y elabora los planes y proyectos.
  - **Asistente de mediateca:** apoyan directamente a la dirección y se encargan de todos los servicios, los complementan y los llevan a la

ejecución, de igual manera, desarrollan la catalogación, indización, orientación al usuario, circulación y préstamo.

- **Personal part-time:** cooperan con el funcionamiento correcto de la mediateca, realizan tareas básicas de atención al público, orden de la colección y participan en las propuestas de proyectos.
- **Practicantes francesas:** participan en la atención al público, pero se encargan de la promoción y animación de la mediateca.

El personal de mediateca es enteramente femenino por disposición de la Dirección General, preferencia marcada en todo el personal que labora en la Alianza Francesa y que está en contacto con el cliente, es requisito indispensable para las asistentes saber francés, tener experiencia en trabajo de bibliotecas, tener conocimientos de civilización francesa y excelente trato interpersonal con el cliente, mientras que el personal part-time necesita francés básico, tener experiencia con servicio al cliente y ser proactivo.

### 3.2.8 Usuarios

La mediateca al ser especializada en temas relacionados con Francia y el idioma francés, juega un rol muy importante con el usuario, ya que por lo general, el usuario que desea hacer uso de ésta viene con un objetivo concreto y entabla comunicación directa con el personal para solucionar sus demandas de información, los usuarios de la mediateca usualmente son recurrentes al servicio, esto se debe a que deben hacer un pago para acceder al servicio y hacen uso de su membresía mientras llevan el curso de francés. Las tasas de inscripciones varían según los meses, los más bajos son: julio, noviembre y diciembre, mientras que los meses con un mayor índice de inscripciones son: enero, febrero y marzo.

Para una adecuada atención se ha categorizado a los usuarios en: **Alumnos AF**, que son los propios estudiantes de la institución, **Profesores AF**

compuesta por todo el personal docente, **Alumnos de la Red de Excelencia**, conformada por todos los alumnos de instituciones afiliadas a la AF, al igual que los **Profesores de la Red de Excelencia**, así mismo, los miembros del **Club Eiffel**, formado por los socios del club que la AF dirige, los **Miembros Externos** que son personas ajenas a la AF y finalmente la categoría de **Caution**, adaptada para turistas que sólo permanecen en Lima un máximo de 2 meses.

A partir del año 2004 se ha observado un importante incremento anual de inscritos en la mediateca, como se puede apreciar en el siguiente cuadro, donde se registra en un inicio con 924 inscritos y para el año 2008 una totalidad de 3 263 inscritos, se observa además que la población mayoritaria la conforman los alumnos de la AF, seguido por los profesores de la institución, mientras que la categoría caution es la que registra los niveles más bajos de inscripción.

**Tabla N° 2**  
**Inscripción anual de usuarios por categoría**

CATEGORIA	AÑOS				
	2004	2005	2006	2007	2008
Alumno AF	560	974	1 225	1 737	2 006
Alumno Red	80	181	208	297	357
Profesor AF	105	115	161	196	203
Profesor Red	71	79	97	112	145
Club Eiffel	13	66	104	187	210
Miembro Externo	90	152	226	278	304
Caution	5	19	13	22	38
<b>TOTAL</b>	<b>924</b>	<b>1 586</b>	<b>2 034</b>	<b>2 829</b>	<b>3 263</b>

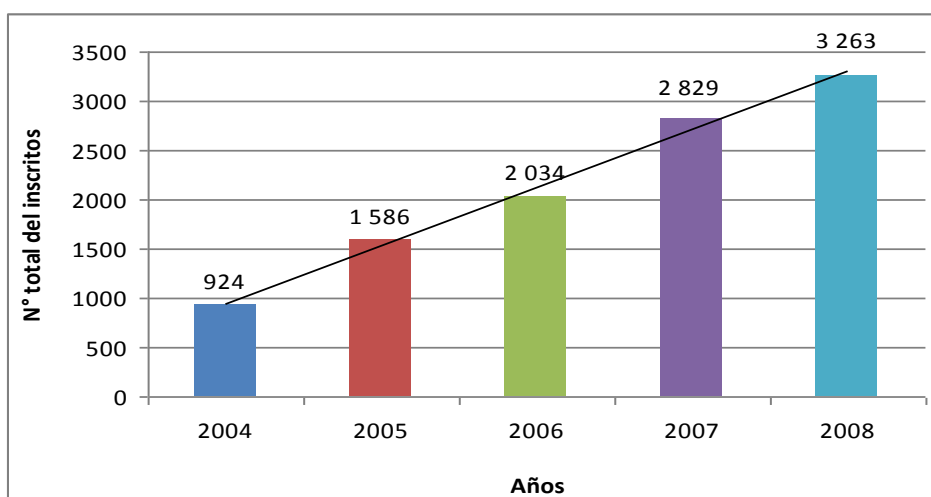
Fuente: Base de datos de la mediateca de la Alianza Francesa  
Elaboración propia

Para fines del año 2008, se tiene 3 263 usuarios activos inscritos, por día se atiende alrededor de 300 personas entre usuarios y personas que reciben por primera vez informes para la inscripción al servicio. Las horas de mayor de afluencia al servicio se da a las 9:00 a.m. y a las 18:00 p.m. de lunes a viernes y el día sábado a las 10:30 a.m. y 12:30 p.m. que corresponde al término de las clases en los horarios más concurridos. El público usuario de la mediateca está esencialmente constituido por los alumnos de la Alianza Francesa, seguido por

profesores y trabajadores de la institución, pero gracias al incremento de la colección se cuenta con un número mayor de miembros externos.

Existe una clara tendencia de crecimiento en el número total de inscritos por año, como se puede apreciar en el siguiente gráfico, dónde un 75% son los alumnos de la AF, un 15% son los profesores de la misma institución y los miembros externos, que para el año 2008 representan casi el 10% de la población.

**Gráfico N° 3**  
**Usuarios inscritos por año**



Fuente: Base de datos de la mediateca de la Alianza Francesa  
Elaboración propia

### 3.2.9 Servicios

La mediateca propone al público usuario diversos servicios mediante los cuales pueden acceder a información relacionada sobre Francia, así como a todas las áreas del conocimiento disponibles en diferentes formatos de presentación: texto, audiovisual, electrónico y virtual.

- **Circulación y préstamo:** Estos servicios son los principales en la mediateca y corresponden a la promoción y control de la documentación que conforma la colección, a través de este servicio los documentos son brindados a los usuarios para su consulta en sala, préstamo a domicilio o préstamo interbibliotecario. Así tenemos:

**a) Lectura en sala y visualización del material audiovisual (películas y música):** dicho servicio se puede realizar en los horarios de atención dispuestos por la institución. Se cuenta con tres (3) salas para este servicio y una de ellas dispone de computadoras para decodificar los materiales multimedia, los usuarios pueden hacer uso de todas las salas de lectura como de toda la colección, la cual no puede ser retirada sin registrarlos previamente como préstamo en su cuenta personal.

**b) Préstamo a domicilio de libros, revistas, tiras cómicas, CD's y DVD's:** la mayor parte de la colección está disponible para ser prestado a domicilio, existen algunas normas en el reglamento que rigen este tipo de servicio, se excluyen del préstamo a domicilio todas las obras de referencia, material de lujo o difícil adquisición y los últimos números de las revistas. Los retrasos en la devolución, deterioro o pérdida del material son sancionados de acuerdo a las disposiciones establecidas por el reglamento.

**c) Préstamo interbibliotecario:** La mediateca realiza este tipo de servicio con los colegios, universidades e instituciones afiliadas a la Alianza Francesa o que tengan algún tipo de convenio con la misma. Se permite de esta manera enviar el material requerido bajo la responsabilidad de la devolución en un período de tiempo no mayor a un mes.

**d) Estantería abierta con libre acceso a la colección:** la mediateca procura que el usuario se sienta cómodo en las búsquedas de la información que necesita, todas las estanterías están a su disposición y teóricamente no necesitan la ayuda del personal, los libros que no pueden ser tomados en préstamo tienen un sticker rojo que advierten su calidad de material excluido de préstamo domiciliario.

- **Asistencia en la búsqueda de información:** es un servicio de orientación permanente brindado al usuario en caso de que éste



requiera apoyo o capacitación para que pueda hacer uso correcto del material que necesita o agilizar su búsqueda.

- **Búsquedas de direcciones y sitios Web con información de Francia:** en la actualidad se cuenta con una guía electrónica de las principales páginas web de Francia, desarrollado por el personal, el cual está a disposición del usuario que lo requiera.
- **Renovación y reservación de documentos vía telefónica o vía e-mail:** este servicio se realiza durante el horario de atención de la mediateca, cada usuario al inscribirse recibe una guía de funcionamiento en donde se especifica cómo y en qué momento puede comunicarse con el personal y realizar sus renovaciones/reservas vía telefónica o e-mail.
- **Envío de e-mails en caso de retraso o información institucional:** este servicio es uno de los principales que brinda la mediateca, y es que, el software con el cual se trabaja (BCDI3) se encarga automáticamente de enviar alertas a los usuarios que tengan algún material en retraso, de la misma manera, en caso de tener boletines o información adicional, por el mismo medio se puede distribuir a los usuarios.
- **Inscripción gratuita a la Biblioteca Numérica Ithèque de Canadá:** es un servicio agregado con el que contamos desde el año 2008, cada usuario inscrito puede afiliarse a esta biblioteca si lo desea, Ithèque permite hacer préstamos virtuales de e-books, música, películas con un sistema crono-degradable, es decir, que tiene un tiempo máximo para estar alojado en la computadora del usuario, pasado este tiempo se borra y no se puede utilizar más.
- **Internet Wi-Fi:** la Alianza Francesa brinda Internet inalámbrico en todas las salas de la mediateca dentro del horario de atención de la misma. No hay un tiempo límite de uso, esto facilita a muchos usuarios la investigación dentro del local.

- **Diseminación selectiva de información (DSI):** servicio de envío electrónico con información de interés de acuerdo al perfil de usuarios.

### 3.2.10 Promoción y animación

La mediateca se promociona de cuatro (4) maneras: por medios físicos (brochures, folletos, paneles, y la agenda cultural de la AF), medios informáticos (vía e-mail, sitio web), vía oral, todos los profesores tienen la obligación de promocionar la mediateca a sus alumnos durante las clases y finalmente a través del panel, en donde se publican los materiales nuevos del mes, se imprimen las portadas de los principales periódicos de Francia como: Libération, Le Monde, y Le Figaro; y se publicitan los eventos del teatro, las exposiciones que se realizarán en la AF y los concursos que propone la mediateca.

La publicidad vía internet es más rápida y efectiva, pero es la que se demora más en ser elaborada ya que el personal de la mediateca no maneja el diseño de la misma y requiere del personal de sistemas para que agregue la información y del personal de publicidad e imagen institucional en caso de requerir algún afiche, flyers, entre otros. Al año, la mediateca emite cuatro (4) alertas que se incluyen dentro del boletín institucional que se distribuye trimestralmente a los alumnos y al público general que visita la institución. Además, se preparan folletos que se incluyen dentro de las carpetas de inscripción a los alumnos nuevos que empiezan el curso de francés, en donde se especifican todos los servicios que brindan la mediateca y el laboratorio.

En animación, luego de una reciente capacitación del personal en materia de animación y recreación, se han desarrollado a lo largo del 2008, dos (2) concursos, los cuales consistieron en la resolución de un cuestionario de diversos temas, basados en información contenida únicamente en el material bibliográfico existente en la colección, los alumnos tenían que buscar las respuestas de diferentes temas: geografía, literatura e historia y describir en qué página lo habían encontrado, los ganadores obtenían una membresía

anual gratis a la mediateca y un descuento especial en la matrícula del curso de francés ofrecido por la AF.

### **3.2.11 Préstamos**

La mediateca realiza el servicio de préstamo domiciliario, desde la quincena de enero hasta la última semana del mes de noviembre, a partir del mes diciembre y las primeras semanas de enero, no se realiza ningún préstamo debido a que se efectúa el inventario anual. Como ya se mencionó anteriormente, casi la totalidad de la colección es susceptible de préstamo y puede ser retirada de la mediateca para su consulta fuera de ella, para hacer uso de este servicio es necesario llenar un formulario de inscripción y hacer el pago de matrícula según la categoría de usuario (Anexo N° 5), luego de la inscripción el usuario contará con un carné plastificado, que deberá presentar en el módulo de recepción cada vez que desee tomar en préstamo algún documento, puesto que contiene los datos personales, la foto y el código de usuario.

La mediateca tiene normas específicas que regulan el servicio de préstamo domiciliario a los usuarios, cada categoría de ellos tiene un número límite de préstamos por día y un tiempo determinado para su devolución (Anexo N° 6), mientras que el préstamo interbibliotecario está contemplado como un servicio de información, en donde se envía lo requerido por un período no mayor a un mes y sólo a instituciones con convenio o que de alguna forma se asegure su devolución al termino de la fecha pactada.

La renovación de préstamos es un servicio que se brinda en todas las mediatecas, se puede realizar en cualquier momento dentro de las horas de atención, pero sólo por una vez y mientras no haya sido reservado con anterioridad por otro usuario, además, debe efectuarse antes de que finalice el plazo de préstamo ya sea vía mail, teléfono o acercándose a la recepción. Existen ciertas restricciones en este servicio, tal es el caso de los materiales FLE (gramática, fonética, entre otras), los mapas, guías de ruta, afiches,

partituras, moldes y algunos juegos que se encuentran excluidos de este servicio.

Las reservas sirven para separar cualquier material prestado (no es necesario que el ejemplar se encuentre físicamente dentro de la mediateca), se puede hacer vía e-mail, teléfono, dirigiéndose a la recepción de la mediateca o a través del catálogo electrónico. El personal informa al usuario de la fecha aproximada de devolución y se le envía un correo electrónico indicándole la fecha en que ya puede recabarlo, el material solicitado puede permanecer apartado cinco (5) días, no existe un número máximo de reservas por usuario.

En cuanto a sanciones, la mediateca aplica diferentes tipos de sanciones a todos los usuarios que infrinjan de alguna manera las reglas y normas de la institución, así tenemos que:

- Retraso en la devolución de documentos: Comienza desde el primer día de atraso y se contabiliza por cada documento, la multa es de S/1.00.
- Intento de hurto: Si es la primera vez se toma los datos de la persona y se le prohíbe el préstamo permanentemente fuera del local, si existiera una segunda vez se le prohíbe la entrada a la mediateca.
- Pérdida o deterioro: En caso de pérdida, el usuario debe reponer el material con otro ejemplar igual o por otro de características similares. En caso de no poder reemplazar el material se le cobra el costo del mismo más una mora del 20% en caso de ser material bibliográfico, si es un material audiovisual: CD el costo es de \$25 y por DVD el importe a pagar es de \$35 más el 20% de recargo. Si el material o algún equipo electrónico ha sufrido algún tipo de deterioro se procede a cobrarle el importe del mismo más su recargo.
- Falsificación de identidad: Al detectarse a una persona haciendo uso del carné de otro lector, se le retiene el carné hasta que el dueño se acerque a recogerlo y se le inhabilita el préstamo por una semana.

### **3.3 Análisis del uso del material audiovisual en la mediateca de la Alianza Francesa: Sede Miraflores (2004-2008)**

En este punto se analizarán los datos obtenidos del cuestionario (Anexo N° 7) aplicado a un grupo de 300 usuarios, que representan el 10% de la población total de inscritos, cabe resaltar que el estudio se ha llevado a cabo teniendo en cuenta a los usuarios consumidores, es decir, a los usuarios que frecuentemente hacen uso de los servicios de la mediateca. Este cuestionario fue realizado en el local de Miraflores - departamento de Lima en un lapso de tres (3) días, para recoger esta información se emplearon diferentes metodologías, tanto cualitativas como cuantitativas. El objetivo principal fue conocer las preferencias de los usuarios en el uso de los diferentes soportes, de igual manera, averiguar cuáles eran las acciones recomendadas por ellos, para en un futuro desarrollar proyectos o propuestas que permitan ofrecer una mejor calidad en el servicio.

Por otro lado, se ha efectuado el análisis del préstamo de materiales audiovisuales de un periodo de 5 años en base a los reportes obtenidos por el sistema integral de bibliotecas BCDI frente al uso convencional de los materiales bibliográficos, de igual manera se ha establecido la proyección de préstamos de los soportes audiovisuales para el próximo semestre (enero - junio 2009).

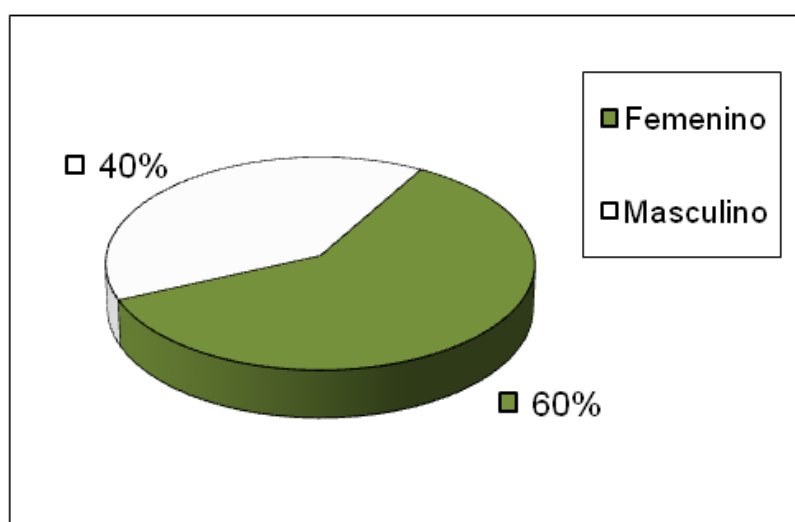
#### **3.3.1 Sobre los usuarios**

Los resultados descritos a continuación proceden del análisis de la encuesta aplicada a los usuarios, los cuales permitieron identificar las principales características de la población, además recoger información sobre sus necesidades y percepciones del uso de la misma y de su colección multimedia:

- a) Género:** Como se puede observar en el siguiente gráfico, usuarios de género femenino son los que más utilizan todos los servicios de la

mediateca en la AF, del distrito de Miraflores, que corresponden a un 60% en comparación del público masculino que alcanzó el 40%. Esto responde a un referente estadístico a nivel mundial de las Alianzas Francesas, en donde la mayor parte de los inscritos son del género femenino, por ser considerado el idioma francés el preferido por las mismas como parte de una necesidad de forjarse un futuro mejor y lograr dentro del ámbito laboral mejores puestos de trabajo al complementar al idioma inglés que ya poseen de base idiomática.

**Gráfico N° 4**  
**Sexo de los usuarios de la mediateca**



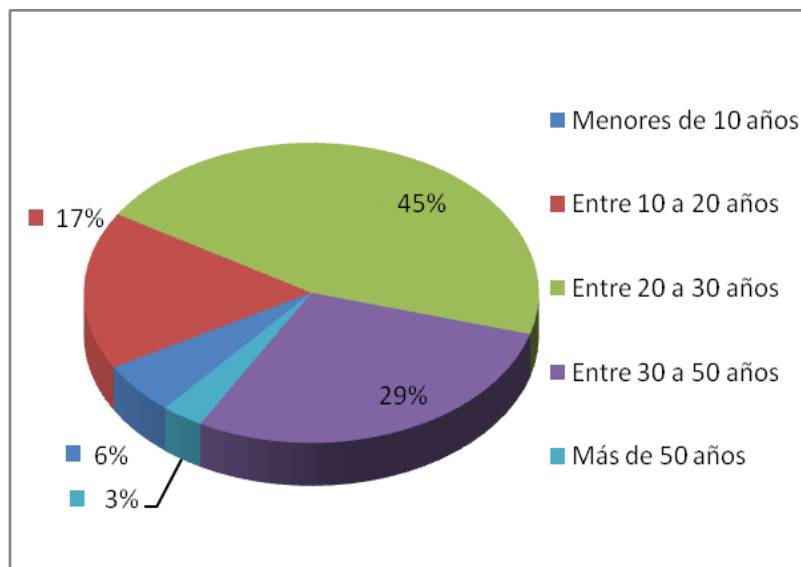
Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

- b) Edad:** En el siguiente gráfico, se puede apreciar que el rango de edades que más utilizan la mediateca es de 20 a 50 años; de los cuales, el grupo mayoritario (45%) son jóvenes estudiantes entre 20 a 30 años, que desean aprender el idioma francés no sólo con fines educativos sino por el interés de encontrar un mejor puesto de trabajo o mejor oportunidad laboral en el extranjero (especialmente en países de habla francófona).

En segundo lugar, están los usuarios entre 30 a 50 años con un 29%, son trabajadores no estudiantes que utilizan de preferencia material audiovisual; otro grupo que obtuvo el rango de 10 a 20 años con

el 17%, el público estudiantil cuyos padres desean el dominio del idioma al finalizar la etapa escolar. El grupo minoritario está conformado por el rango de edades: menores de 10 años y mayores de 50 años que acude por entretenimiento.

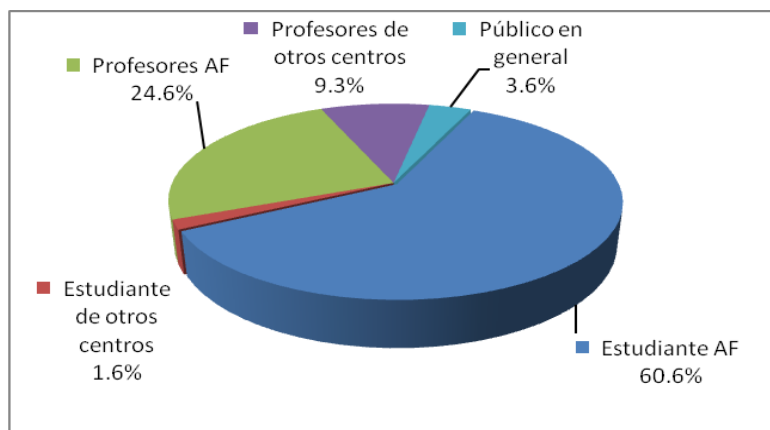
**Gráfico N° 5**  
**Edad de los usuarios**



Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

- c) Tipos de usuarios:** Los usuarios pertenecen en su mayoría a la colectividad de la Alianza Francesa, debido a que los estudiantes representan el 60% de los inscritos en la mediateca, gracias a la matrícula de los cursos que ofrece la institución tienen el derecho a una membrecía activa anual (monto variable); otro grupo con mayor porcentaje está dado por los profesores de la institución (25%) que hacen uso tanto de los servicios que ella brinda así como del espacio asignado para ellos denominado: Centro de Documentación Pedagógica (CDP), que posee información especializada en temas educativos y métodos de enseñanza. Pertenecen a un grupo minoritario: los profesores de otros centros con convenios, así como los alumnos de la red de excelencia y el público en general (miembros externos). Dichos resultados se pueden apreciar en el siguiente gráfico:

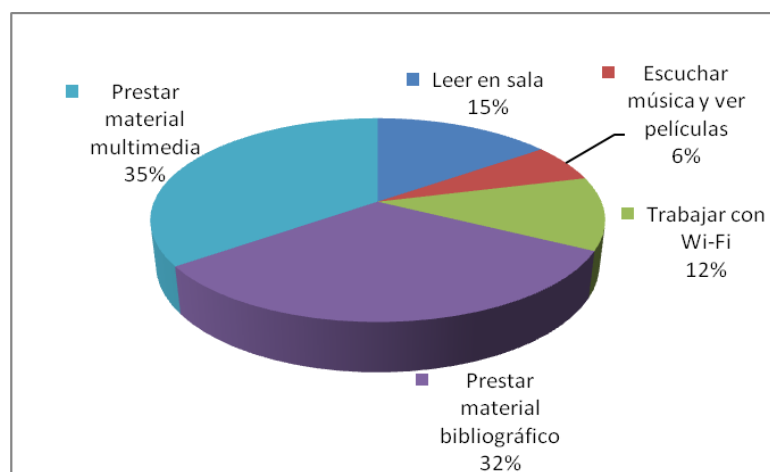
**Gráfico N° 6**  
**Tipos de usuarios**



Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

- d) **Preferencias en el uso de la mediateca:** En cuanto al uso de la mediateca se puede apreciar que la mayor parte de los usuarios (35%) prefieren acceder al préstamo de materiales audiovisuales (CD's y DVD's), debido a que es uno de los mejores soportes para practicar el idioma francés en casa; pero, no difiere mucho de aquellos que se inclinan por el préstamo de material bibliográfico (libros, revistas, tiras cómicas) pues representan el 32%, que resulta menor, a pesar de que el acceso es inmediato con la matricula a los cursos ofrecidos del idioma y que para los audiovisuales se requiere de una inscripción adicional.

**Gráfico N° 7**  
**Preferencias en el uso de la mediateca**

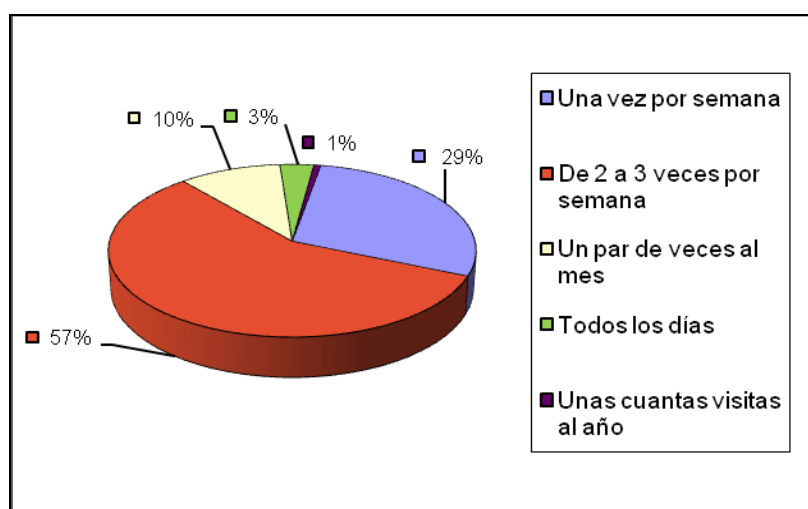


Fuente: Encuesta  
Elaboración propia



- e) **Frecuencia de visitas a la mediateca:** El número de visitas, no sólo va de acuerdo al tiempo de préstamo que se emplea a todos los materiales (gran parte de la colección se presta por una semana), sino por hacer uso de las instalaciones y otros servicios que se brindan en ella; por lo cual, se observa que los usuarios en su mayoría asisten de manera continua, entre 2 a 3 veces por semana (57%), en general para lectura en sala y préstamos a domicilio; luego se encuentran los que visitan una vez por semana las instalaciones (29%) haciendo uso de los equipos que existen en ella para música o películas. No es significativo el número de usuarios que visitan la mediateca todos los días (lectura en sala), un par de veces al mes (especialmente en época de exámenes) y los que vienen pocas veces al año.

**Gráfico N° 8**  
**Frecuencia de visita**

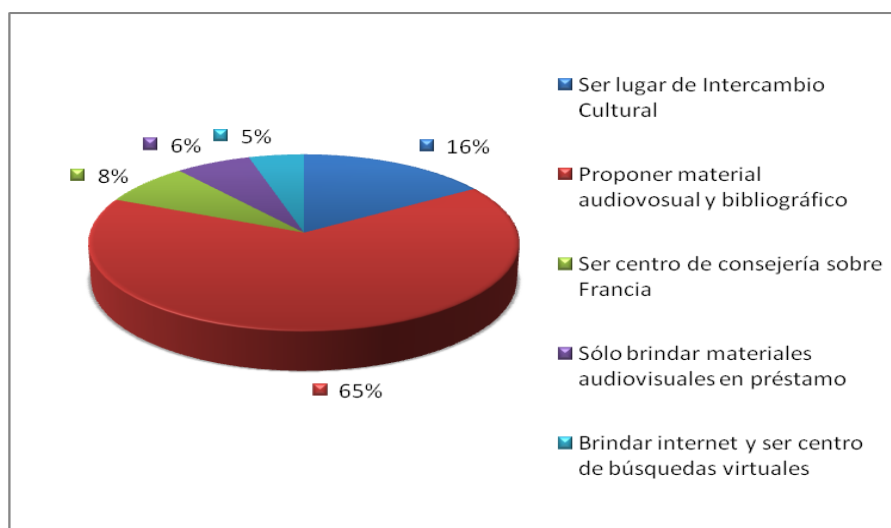


Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

- f) **Rol principal de la mediateca:** Los usuarios que consideran que el rol principal de la mediateca es proponer material audiovisual y bibliográfico alcanza un 65%, corroborando la correcta interpretación por parte de los mismos de lo que constituye la principal misión de la mediateca. En segundo lugar, se encuentran aquellos que consideran que es un lugar de intercambio cultural con un 16%, rol que la institución tiene como uno de sus principales objetivos. Finalmente, un reducido grupo de usuarios

estiman (en total 19%): que la mediateca es un centro de consejería sobre Francia, que sólo debe brindar materiales audiovisuales en préstamo, que debe brindar Internet y ser centro de búsquedas virtuales.

**Gráfico N° 9**  
**Rol principal de la mediateca**



Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

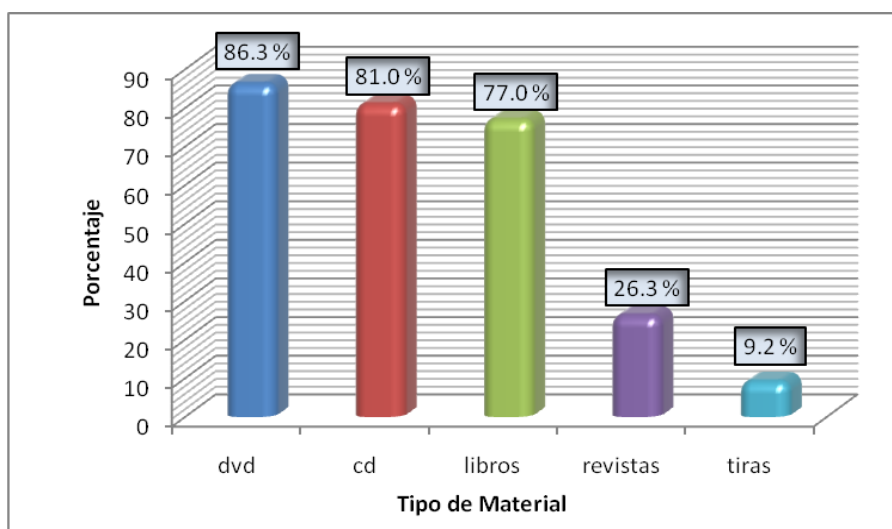
### 3.3.2 Sobre los servicios de la mediateca

A fin de realizar el análisis de los servicios que brinda la mediateca de Miraflores, se ha utilizado la observación y la encuesta realizada a los usuarios, de la que se desprenden algunas preguntas dicotómicas, para saber por lo menos dos (2) opciones dentro de las preferencias, así se tiene:

- a) Preferencias en el tipo de préstamo:** Los DVD's y DVD-ROM's constituyen el tipo de material preferido por los usuarios de la mediateca ya que cuenta con una aprobación mayoritaria (86.3%) de los mismos lo cual les permite practicar el idioma francés de forma más didáctica. El segundo tipo de préstamo elegido son los CD's y CD-ROM's con un 81% de consenso. En cuanto al material impreso, el 77% de los encuestados opinan que los libros también son de gran utilidad para reforzar el idioma francés y como medio de diversión; luego, se tiene que una proporción ligeramente menor a la tercera parte de los encuestados (26.3%) hacen

referencia al préstamo de revistas y sólo un 9.2% admite que hace uso de tiras cómicas. De esta manera se puede comprobar que los materiales audiovisuales constituidos por CD's y DVD's cuentan con la mayor preferencia por parte de los usuarios en comparación al material impreso que cuenta con mayor cantidad de ejemplares, esto se aprecia en el Gráfico N° 10.

**Gráfico N° 10**  
**Preferencias en el tipo de préstamo**

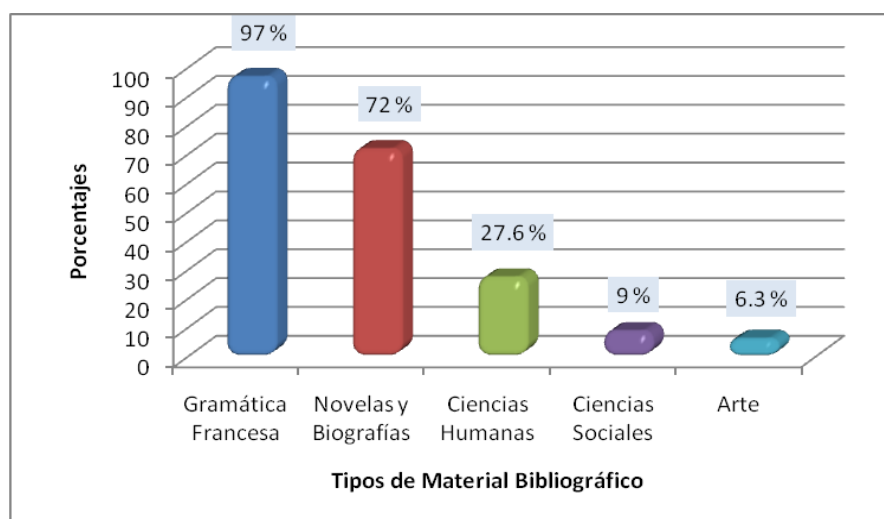


Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

- b) Preferencias en el uso de material bibliográfico:** Prácticamente casi la totalidad de los usuarios de la mediateca (97%) manifiestan que el tipo de libro que consultan con mayor frecuencia se refiere a temas relacionados con la gramática francesa (ortografía, conjugación, fonética) que ha ido aumentando a lo largo de estos cinco años; el segundo grupo que ha alcanzado un porcentaje considerable del 72%, está integrado por un tipo de libros que responden a un interés cultural y de entretenimiento como son: las novelas (en especial de los autores: Víctor Hugo, Albert Camus, Guy de Maupassant y de los géneros: policiales y románticas) y biografías (de personajes de diferentes ámbitos de la actividad humana).

Además, un 27.6% de ellos utilizan los libros que pertenecen a las ciencias humanas (especialmente: Historia y Filosofía) que son representativos para un grupo de usuarios que, en su mayoría, estudian carreras afines a estas. En menor proporción se encuentran los libros de ciencias sociales (Economía, Sociología y Derecho) y los referidos al arte. A partir de estos resultados se comprueba que la mayor preferencia en material bibliográfico, por parte de los usuarios, corresponde a necesidades académicas para apoyar y facilitar el aprendizaje del idioma francés.

**Gráfico N° 11**  
**Preferencia en el uso de material bibliográfico**

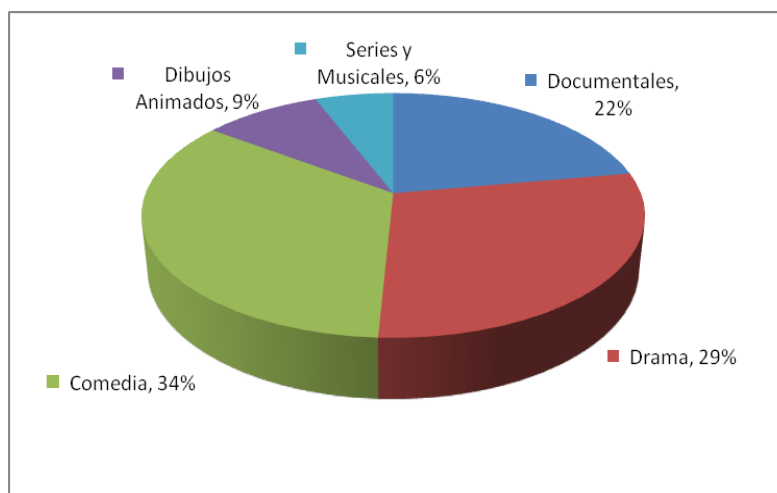


Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

- c) Preferencias en el género de películas:** Siendo el material audiovisual el más requerido por los usuarios al momento del préstamo a domicilio, se ha podido comprobar que: el género preferido por ellos es la comedia con un porcentaje de 34% y guarda relación con el rango de edad de la mayoría de los mismos que fluctúa entre 20 a 30 años; la segunda categoría con mayor aceptación es el drama con un 29% y en tercer lugar se encuentran los documentales con un 22% que se necesita aumentar ejemplares por ser muy utilizados no sólo por los profesores de la institución sino por diferentes personas con interés educativo y cultural.

Existen otros géneros ofrecidos por la institución que han tenido bajo porcentaje en preferencia como los dibujos animados, las series de televisión dramáticas, suspenso, policíacas y también los musicales, resultado que se explicaría por la proporción relativamente menor de usuarios que se encuentran en el rango inferior a los 10 años de edad que son los que más utilizan o llevan a sus domicilios dichos temas.

**Gráfico N° 12**  
**Preferencias en género de películas**

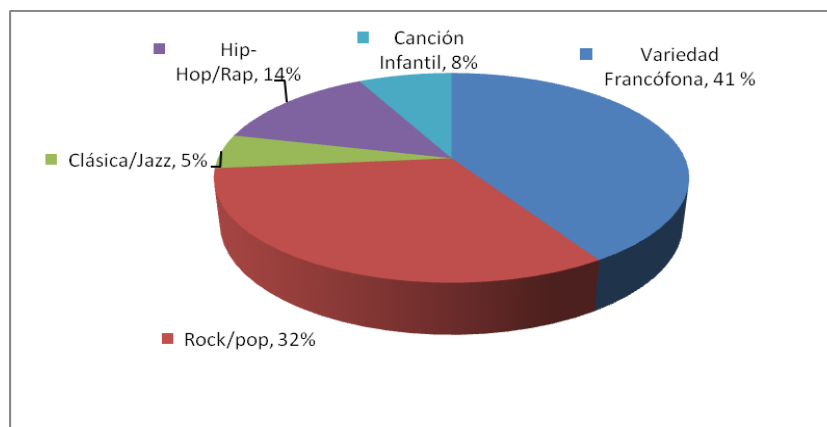


Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

- d) Preferencias en el género musical:** Como se muestra a continuación cerca de la mitad de los usuarios (41%) respondió que prefieren la variedad francófona, es decir toda aquella música creada e interpretada por un nativo en dicha lengua, lo cual concuerda con el interés mayoritario por parte de los mismos de hacer uso de la mediateca con fines académicos, ya que este género musical permite una práctica de la pronunciación francesa. En segundo lugar se encuentran los usuarios que se inclinan por el rock/pop constituyendo el 32% esto responde a que la población mayoritaria está entre los 20 a 30 años de edad a los cuales se deleitan con dicho género musical, se encuentra además, el 14% de usuarios que selecciona el hip-hop/rap como música preferida para préstamo a domicilio. Entre los géneros de menor porcentaje de uso se encuentran las canciones infantiles y la música clásica/jazz que puede explicarse debido a que es preferido por los rangos de edad

minoritario que está constituido por los menores de 10 años y las personas mayores de 50 años.

**Gráfico N° 13**  
**Preferencias en el género musical**

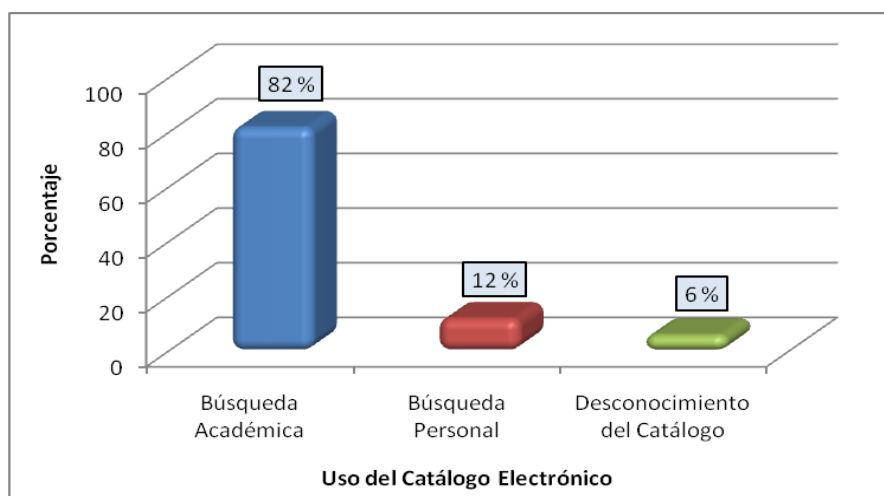


Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

- e) Uso del catálogo electrónico:** En relación al sistema de búsqueda elegido por los usuarios, se encuentra que un alto porcentaje 82% afirma que aprovecha el catálogo electrónico con fines académicos, es decir, lo utilizan como herramienta de trabajo o para conocer que materiales se tienen disponibles en la mediateca; además, un 12% responde que no usa el catálogo porque prefieren hacer la búsqueda personalmente puesto que se cuenta con estantería abierta (donde los recursos bibliográficos y electrónicos están a disposición de todos) y no necesitan hacer uso del internet.

Sólo un grupo minoritario afirma que no tenía conocimiento de la existencia de un catálogo electrónico. Al respecto se puede mencionar que el catálogo electrónico ha sido recientemente incorporado al uso de la mediateca a partir del año 2008, sin embargo, se puede apreciar que cuenta con la aceptación mayoritaria de los usuarios, lo cual, en definitiva, alienta las acciones tomadas por la institución para el desarrollo virtual de la mediateca. El gráfico N° 14 nos demuestra todo lo anteriormente mencionado.

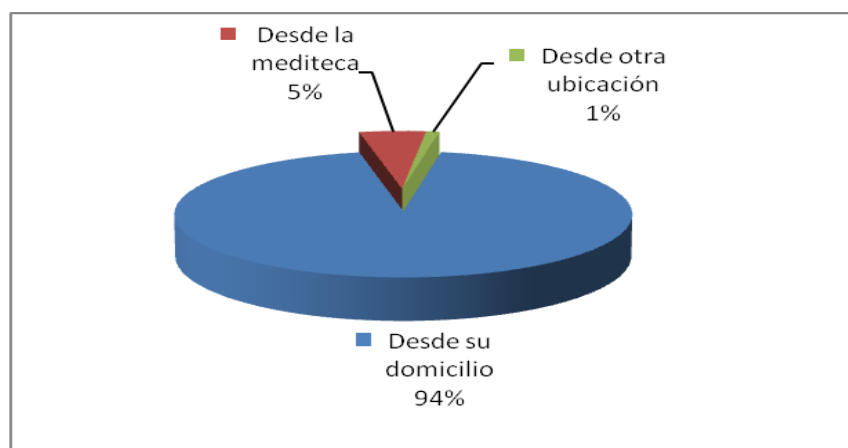
**Gráfico N° 14**  
**Uso del catálogo electrónico**



Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

- f) **Acceso al catálogo electrónico:** El total de usuarios que manifestó hacer uso del catálogo electrónico la gran mayoría (94% de los encuestados) accede al mismo desde su domicilio para revisar y buscar los materiales que necesitan, de esta forma evitan la demora de la búsqueda en la sala por la gran cantidad de personas que desean hacer lo mismo y no cuentan con el número adecuado de equipos conectados a la red; por lo tanto, existe un porcentaje muy bajo de los que hacen uso del catálogo estando en la mediateca y de los que acceden desde un lugar diferente a la misma.

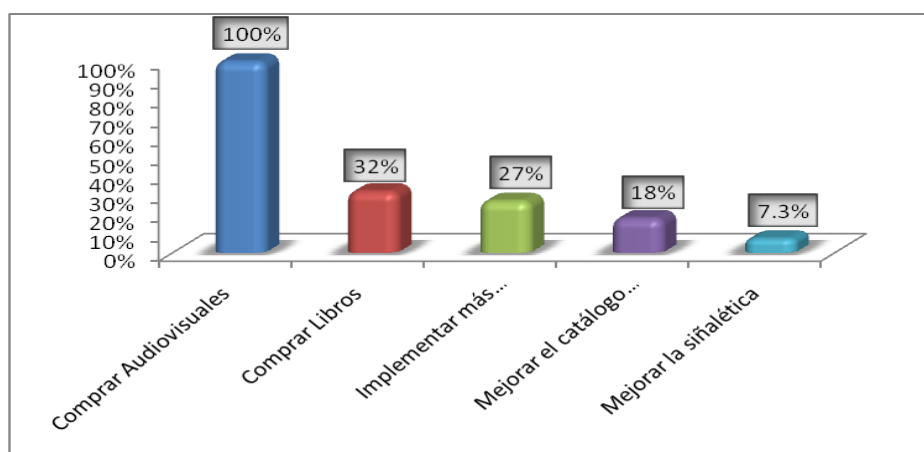
**Gráfico N° 15**  
**Acceso al catálogo electrónico**



Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

**g) Acciones recomendadas en la mediateca:** Se tiene que la totalidad de los encuestados están de acuerdo que el primer plan de acción para realizar en la mediateca debe ser la adquisición de material audiovisual en los diferentes géneros y áreas del conocimiento, tanto en CDs como en DVDs, por ser los más utilizados o requeridos para satisfacer la necesidad de préstamo de los usuarios. Además se aprecia que: el 32% opina que debe mejorar el material bibliográfico porque está algo desactualizado, un 27% declara que es necesario implementar más computadoras en la mediateca para ampliar el número de personas que ingresen a buscar información en el catálogo electrónico de la misma, otro punto a considerar es la necesidad de mejorar el catálogo electrónico y ampliar más la información de la página web (18%).

**Gráfico N° 16**  
**Acciones recomendadas**



Fuente: Encuesta  
Elaboración propia

### 3.3.3 Análisis y evaluación del préstamo de materiales audiovisuales

Con la finalidad de analizar y evaluar el impacto de los préstamos de materiales audiovisuales, se ha tomado en cuenta (durante los cinco (5) años investigados: 2004 – 2008), periodos semestrales a partir de los reportes que anualmente se obtienen del sistema de biblioteca con que cuenta la mediateca de la AF. Dentro de los materiales audiovisuales se tienen: CDRom's, CD's,



DVD-ROM's, DVD-videos y libros con CD, que han sido dados en préstamo a lo largo de dicho periodo de análisis.

Como se aprecia en la Tabla N° 3, en los dos semestres se ha dado un incremento del préstamo total, año tras año, a pesar de existir aumento o disminución en el egreso de los diferentes materiales audiovisuales; la variación mayor se dio entre los años 2005 – 2006 que fue del 85% y 89% (primer y segundo semestre respectivamente) como resultado del incremento en el préstamo de CD-ROM's, CD's y DVD-video, esto gracias a la adquisición de dichos materiales que desplazaron poco a poco las preferencias que los usuarios tenían al bibliográfico, además, se contó con mayor presupuesto y apoyo de la dirección de la AF.

Dentro del primer semestre del año 2004, no se contaba con tres tipos de audiovisuales de los cuales sólo el DVD-video fue el único adquirido ese año; la mayor parte de los préstamos tienen una variación ascendente salvo los CDROM y DVD-ROM que aumentan y disminuyen dentro del periodo analizado. En el segundo semestre, sigue la variación ascendente del préstamo entre los años 2004 al 2007; con respecto al año 2008 es posible que el cambio del sistema de biblioteca, la remodelación de la mediateca, las políticas sobre la matrícula y el costo del uso de la mediateca, redujeran considerablemente el préstamo por parte de los usuarios, con lo que se dio una disminución del 7% con respecto al mismo periodo del año anterior.

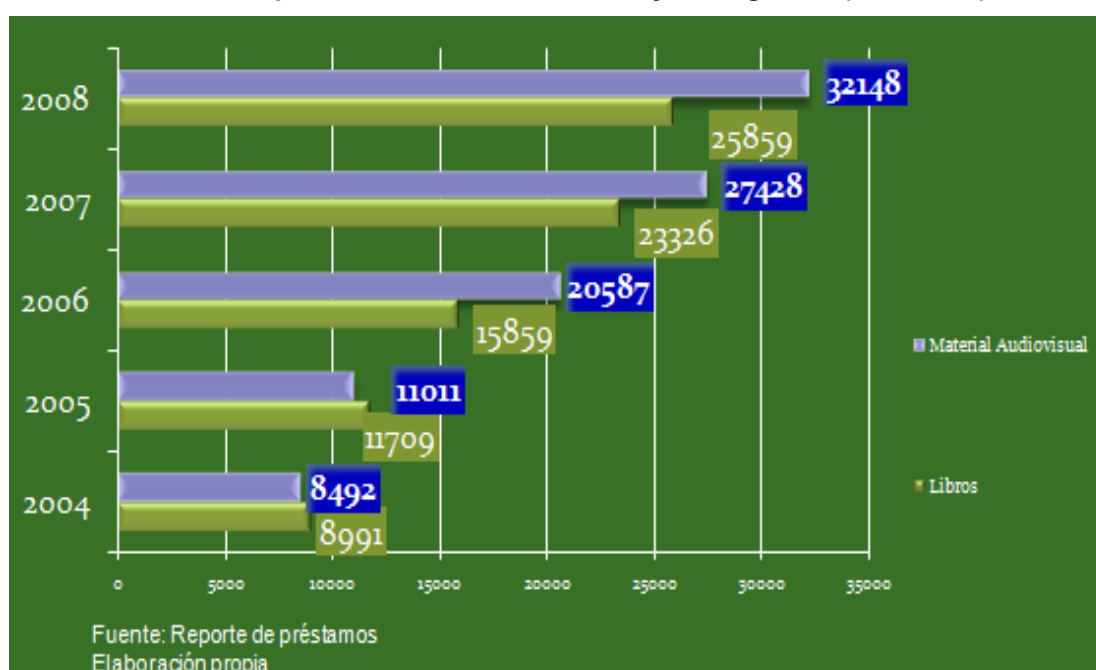
**Tabla N° 3**  
**Préstamo semestral de material audiovisual (2004 – 2008)**

Soporte	Semestre I					Semestre II				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
CDROM	0	233	388	440	402	57	268	360	318	147
CD	1 858	2 282	3 481	3 899	5 556	1 858	2 409	3 480	3 797	3 206
DVD-ROM	0	79	48	55	42	0	70	56	43	47
DVD-video	2 439	2 872	6 260	8 932	12 969	2 254	2 645	6 345	9 626	9 228
Libro/CD	0	78	77	174	276	26	75	92	144	275
<b>Total</b>	<b>4 297</b>	<b>5 544</b>	<b>10 254</b>	<b>13 500</b>	<b>19 245</b>	<b>4 195</b>	<b>5 467</b>	<b>10 333</b>	<b>13 928</b>	<b>12 903</b>
Variación porcentual		23%	85%	32%	43%		30%	89%	35%	- 7%

Fuente: Reporte de préstamos. mediateca Miraflores (Anexo N° 8)  
Elaboración propia

Comparando los préstamos anuales de los materiales audiovisuales y bibliográficos (Anexo N°8), efectuados dentro del periodo de evaluación, se observa, que entre los años 2004 y 2005 la cantidad de libros prestados es superior al de los materiales audiovisuales y a partir del año 2006 en adelante, el incremento es considerable en los materiales audiovisuales, a pesar del incremento constante en el préstamo de libros, tal como puede apreciarse en el siguiente gráfico.

**Gráfico N° 17**  
**Préstamos por año: material audiovisual y bibliográfico (2004-2008)**



### 3.3.4 Proyecciones

Conforme al análisis de impacto del uso de material audiovisual en el periodo comprendido desde enero del 2004 hasta diciembre del 2008, se ha visto necesario realizar una proyección de demanda por parte de los usuarios en forma semestral para el siguiente año (enero-junio 2009) y de esta forma verificar la tendencia en dicho periodo, será conveniente usar series temporales y luego analizarlo estadísticamente con el método de mínimos cuadrados establecidos por Chou.

**Tabla N° 4**  
**Proyección de la demanda semestral 2004 – 2008: Audiovisuales**

Periodo	Semestre (X)	Demanda (Y)	X <sup>2</sup>	XY
2004-01	1	4 297	1	4 297
2004-02	2	4 195	4	8 390
2005-01	3	5 544	9	16 632
2005-02	4	5 467	16	21 868
2006-01	5	10 254	25	51 270
2006-02	6	10 333	36	61 998
2007-01	7	13 500	49	94 500
2007-02	8	13 928	64	111 424
2008-01	9	19 245	81	173 205
2008-02	10	12 903	100	129 030
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>99 666</b>	<b>385</b>	<b>672 614</b>

Fuente: Reporte estadístico de mediateca (Anexo N° 8)  
 Elaboración propia

Para calcular la demanda para el semestre número once (11): enero – junio 2009 (2009-01), se tiene la siguiente fórmula:

$Y = b_0 + b_1 X$  (estimador lineal); donde:

$$b_1 = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad \text{y} \quad b_0 = \bar{Y} - b_1 \bar{X}$$

$b_1$  = Pendiente de línea,

$b_0$  = Tendencia histórica,  $\bar{X}$  e  $\bar{Y}$  son la media de X e Y

$n$  = Número de semestres.

Reemplazando las cantidades en las fórmulas se tiene lo siguiente:

$$b_1 = \frac{10 (672\,614) - (55) (99\,666)}{10 (385) - (55)^2} = \frac{6\,726\,140 - 5\,481\,630}{3\,850 - 3\,025} = \frac{1\,244\,510}{825}$$

$$b_1 = 1\,508\,496 = 1\,508\,5$$

$$b_0 = \bar{Y} - b_1 \bar{X} = \frac{99\,666}{10} - (1\,508\,5) \left( \frac{55}{10} \right) = 9\,966\,6 - 8\,296\,75 = 1\,669.85$$

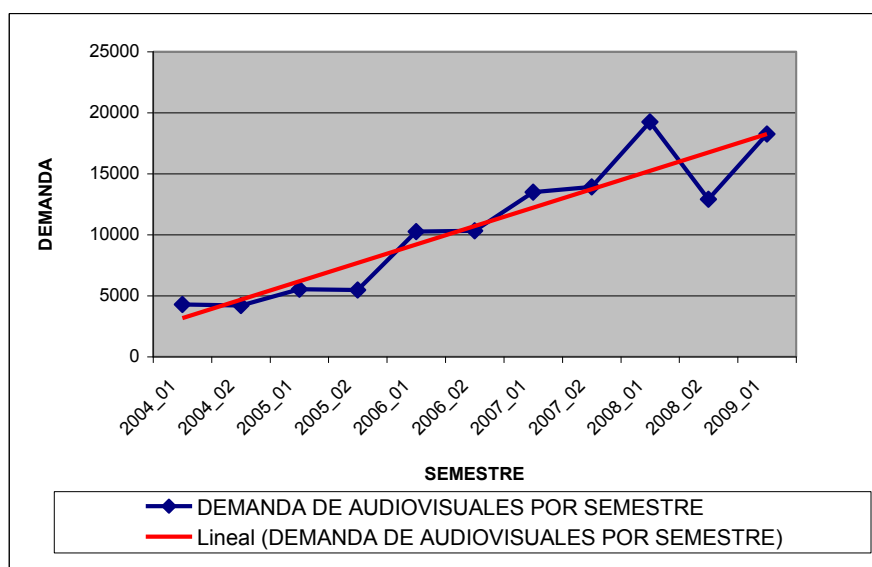
$$b_0 = 1\,669\,9$$

Entonces, la demanda en el semestre número 11 (enero – junio 2009) es igual a:  $Y = b_0 + b_1 X$

$$Y = 1\,669\,9 + (1508\,5)(11) = 1\,669\,9 + 16\,593\,5 = 18\,263\,4 = 18\,263$$

Por lo tanto, en el semestre enero – junio 2009, como se puede apreciar en gráfico N° 18, la tendencia del préstamo de audiovisuales aumentará, variando en un 42% en comparación al semestre anterior (julio–diciembre 2008); comparado con el mismo periodo del año pasado la tendencia disminuye en un 5%, aunque, es mayor al mismo periodo de años anteriores.

**Gráfico N° 18**  
**Proyecciones**



Fuente: Reporte estadístico de mediateca  
Elaboración propia

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA DE MEJORAS PARA EL SERVICIO DE PRÉSTAMO QUE OFRECE LA MEDIATECA**

La Alianza Francesa de Miraflores posee la mediateca mejor equipada entre todos sus locales, sin embargo, podrían mejorarse muchos aspectos en los próximos meses para elevar la productividad y la competitividad con relación a sus objetivos. Luego de evaluar las respuestas del cuestionario en donde se han puesto en evidencia las necesidades y preferencias de los usuarios, se ha trabajado una serie de propuestas para mejorar y ofrecer una mediateca moderna y comprometida con sus clientes.

Primero, se debe tener en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta en donde:

1. La mayor parte de los usuarios son del género femenino y los rangos de edades de los usuarios asiduos es de 20 a 50 años, con un grupo potencial de niños.
2. El tipo de usuario que más utiliza la mediateca son alumnos de la AF y se tiene un creciente número de usuarios externos.
3. El tipo de material preferido para los préstamos son los audiovisuales, destacando para las películas, el género comedia y drama, mientras que en música, variedad francófona y el rock/pop; en segundo lugar están los materiales bibliográficos, destacando los materiales relacionados con la gramática y el género literario.
4. La mayoría de los usuarios acceden al catálogo electrónico desde su domicilio porque dentro de la sala no cuentan con el número adecuado de equipos.

A partir de las respuestas obtenidas de esta evaluación, se ha realizado una serie de acciones (a desarrollar a corto y mediano plazo) teniendo en cuenta los objetivos propuestos en el desarrollo de este informe, cabe

mentar, que se hizo necesario optimizar otros servicios al elaborar estas acciones.

**Tabla N° 5**  
**Propuestas a realizar para optimizar los servicios**  
**de la mediateca de Miraflores**

Objetivo	Acción	Responsable de ejecución	Duración	Viabilidad
Mejorar el servicio de préstamo	Elaborar un plan de adquisiciones	Personal de mediateca	2 meses	Presupuesto ordinario del personal
Potenciar el uso y disponibilidad de los recursos electrónicos	Adquirir computadoras equipadas con internet inalámbrico	Dirección de la Alianza Francesa en conjunto con la empresa privada que otorgue el producto	1 mes	Presupuesto extraordinario al trabajar con personal extra
Adecuar los espacios, las instalaciones y equipamiento electrónico para mejorar los servicios	Remodelar las salas para incluir el mobiliario para el nuevo equipo informático	Arquitecto y personal de apoyo de la Alianza Francesa	1 semana	Presupuesto ordinario del personal
	Reestructurar la iluminación de las salas de lectura.	Responsable de mantenimiento de la Alianza Francesa	4 días	Presupuesto ordinario del personal
	Instalar aire acondicionado.	Dirección de la Alianza Francesa en conjunto con la empresa privada que otorgue el producto	4 días	Presupuesto extraordinario al trabajar con personal extra
Implementar la difusión	Crear un club de la lectura a través del blog de mediateca	Personal de mediateca	1 mes	Presupuesto ordinario del personal
	Gestionar un personal destinado a dar informes sobre mediteca	Personal de telemarketing	1 semana	Presupuesto ordinario del personal
	Coordinar visitas guiadas a los alumnos	Personal de mediateca en conjunto con profesores	1 mes	Presupuesto ordinario del personal
	Conseguir una imagen corporativa por medio de folletos, brochures, regalos, etc. con información de la mediateca	Personal de mediateca en conjunto con personal de artes gráficas y marketing de la AF	1 mes	Presupuesto ordinario del personal

Fomentar la fidelización del personal de mediateca	Elaborar un perfil profesional del trabajador	Personal de mediateca	1 semana	Presupuesto ordinario del personal
	Crear un organigrama	Personal de mediateca	1 semana	Presupuesto ordinario del personal
	Evaluar una mejora en los sueldos	Personal de mediateca en conjunto con Dirección de la AF	s.f	Presupuesto extraordinario de la empresa
	Desarrollar un plan de capacitación profesional	Personal de mediateca en conjunto con Dirección de la AF	s.f	Presupuesto extraordinario de la empresa

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta y observación propia  
Elaboración propia

Para explicar cómo se llevará a cabo los objetivos planteados anteriormente se han agrupado en grandes bloques: Plan de adquisiciones, infraestructura, equipamiento electrónico, personal, promoción, difusión y animación. Y por último, está el cuadro de Gantt con los tiempos específicos para cada acción.

#### 4.1 Plan de adquisiciones

Es obligación de la dirección general y la dirección de mediateca, velar por la mejora y desarrollo de la misma, a la par de las nuevas formas educativas impartidas en el centro de enseñanza y uno de los factores importantes es promocionar: ***el uso de todos los servicios y la lectura en francés*** desde los niveles básicos, la cual se lograría implementando la colección con bibliografía apropiada de acuerdo a los niveles de aprendizaje.

- **Compra de materiales de lectura según el cuadro común de referencia Europea de Lenguas**

El cuadro común de referencia de lenguas es un estándar que permite medir el nivel de expresión así como la comprensión oral y escrita de una lengua, en el caso de la AF se centra en el idioma francés. Este patrón internacional ha dispuesto que la cantidad más adecuada para enseñar y

evaluar el aprendizaje del idioma extranjero sean seis (6) niveles comenzando desde el nivel básico, intermedio y avanzado.

La mediateca ha acondicionando sus compras a este marco de referencia europea desde fines del año 2007, por lo que aún no se ha logrado desarrollar el proyecto de la “Bibliothèque de l'Apprenant”, que justamente trata de habilitar un área dentro de la misma, en donde los documentos estén catalogados por niveles de acuerdo al marco europeo, en consecuencia, se propone disponer una parte del total del presupuesto a la compra de ciertos materiales especializados en la enseñanza (Anexo N° 10), siendo estos materiales los siguientes:

**a) Materiales de referencia y consulta**

- Adquirir mayor número de diccionarios francés-español para los usuarios principiantes y diccionarios francés-francés, para los niveles más avanzados.
- Poner a disposición enciclopedias, atlas geográficos y guías de ruta de diversos países francófonos.
- Completar la colección anual de quid, en especial a partir del año 2000 hasta la actualidad.
- Tener a disposición de los alumnos mapas y guías de calles de las ciudades más importantes de Francia.

**b) Materiales para optar por el Diploma de estudios en lengua francesa (DELF Y DALF) por niveles según los diplomas**

- Complementar la colección, con libros de fonética acompañados de sus respectivos CD's o DVD's de práctica oral.



- Adquirir las correcciones de los libros de ejercicios de gramática, vocabulario, conjugación y ortografía, que permita la corroboración de la resolución de los ejercicios.
- Comprar directorios de páginas web en donde se pueda consultar exámenes anteriores o información adicional para obtener los exámenes internacionales de francés.
- Instalar información sobre los exámenes en todas las computadoras que usen los usuarios, en donde encuentren: ejercicios, práctica oral y redacción referente a todos los niveles de los exámenes DELF y DALF.

**c) Literatura francesa e internacional (básico, intermedio y avanzado)**

- Para la elaboración de trabajos de clases se hace necesaria la compra de más ejemplares de literatura clásica, en especial de los siguientes títulos: L'Étranger, L'Avare, La Peste, Une vie, Les Misérables, Tartuffe, Crime et chatiment, entre otros, de diferentes casas editoras que tengan adaptaciones según el nivel de aprendizaje.

**d) Libros en español**

- La mediateca está desarrollando una colección de libros en español, se ha comenzado con literatura de franceses traducida al español, por lo que se propone, no sólo centrarse en temas franceses, sino también abrir la colección a obras de peruanos traducidos al francés, como: Alfredo Bryce Echenique, Mario Vargas Llosa, entre otros.

Por otra parte, se recomienda la compra de los siguientes materiales multimedia:

**a) En DVD'S:**

- Comprar más materiales que tengan subtítulos en francés y en español, puesto que los usuarios que recién están comenzando a estudiar el idioma no pueden seguir oralmente la película.
- Adquirir más películas sobre obras literarias que estén incluidas dentro del método de estudios "Tout va Bien", debido a que en cada nivel de enseñanza se estudian a diversos autores clásicos.
- Procurar que el material adquirido abarque no sólo la civilización francesa, sino también, de los países francófonos como: Suiza, Bélgica, Canadá y de los países africanos en donde tengan como lengua el francés.

**b) En CD'S:**

- Adquirir discos compactos que contengan cancionero o en su defecto la ficha de trabajo, que permita a los usuarios poder seguir las canciones y practicar oralmente el idioma.
- Incrementar la colección de audio-libros de novelas y cuentos que están siendo consultados con mayor frecuencia.

**c) En CD-ROM's:**

- Adquirir material de ayuda de aprendizaje del francés con ejercicios complementarios de gramática, vocabulario, conjugación y ortografía.

- Poner a disposición de los usuarios programas educativos para niños, que contengan juegos interactivos en donde desarrollen su capacidad verbal y matemática.
- Preparar CD-ROM's con contenidos de clases para ser usados en sala, este sería trabajado con el área de Pedagogía y el Centro de Documentación pedagógica.

A continuación, en la Tabla N° 6, se presenta el presupuesto promedio que se le otorga anualmente a la mediateca, monto del cual se debe disponer para la realización de todas las propuestas de compras.

**Tabla N° 6**  
**Presupuesto de libros y materiales audiovisuales**

<b>Presupuesto</b>	
<b>Libros y materiales audiovisuales</b>	<b>Precio</b>
Compra de materiales del Marco Europeo	10 000 €
Compra de colecciones	20 000 €
Compra de audiovisuales	10 000 €
<b>TOTAL</b>	<b>40 000 €</b>

Fuente: Presupuesto promedio dada por la Alianza Francesa  
Elaboración propia

## **4.2 Equipamiento y gestión informática**

La mediateca sólo tiene tres (3) computadoras que sirven para visualizar los documentos audiovisuales, lo que limita el aprendizaje cuando una de ellas deja de funcionar, la incomodidad de los usuarios es cada día más grave, por lo que se aconseja comprar 10 computadoras más para la sala de Novedades, lo que permitirá satisfacer la demanda y evitar colas innecesarias de parte de los usuarios; se propone dicha cantidad de computadoras por el espacio disponible para su ubicación en el centro de la sala sin afectar la evacuación ni la circulación (Anexo N° 11).

De igual manera, la red de computadoras del personal también forma parte de los constantes problemas por la lentitud del sistema, ya que al mismo tiempo se debe hacer trabajos de catalogación, secretariado, emisión de

boletas, y atención al público, por tanto, se hace necesario re-potenciarlas constantemente (aumentar la memoria RAM y la capacidad de disco duro) con la ayuda del servicio de sistemas de la Alianza Francesa a medida que aumentan los usuarios, de este modo se agilizaría el servicio de circulación.

También es necesario que exista servicio de mantenimiento (una vez al año) de todos los detectores de códigos de barra, para evitar que el personal tenga que digitar los 14 dígitos, lo cual produce muchos errores a la hora de prestar los materiales y a la misma vez agilizaría el servicio de circulación de la misma. Así mismo, se recomienda cambiar el sistema antirrobo actual, debido a que los usuarios conocen el lugar en donde se encuentra el sticker antirrobo y lo retiran de los libros, saltando cifras considerables de materiales robados o perdidos en los inventarios anuales, por tanto, es recomendable la evaluación de costos de otro tipo de sistema que garantice la disminución de hurtos.

**Tabla N° 7**  
**Presupuesto de equipos electrónicos**

<b>Presupuesto</b>		
<b>Equipos Electrónicos</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Adquisición de 10 computadoras	S/ 2 607	S/ 26 070
Adquisición de 1 mueble (4 m. x 25 cm.)	S/ 280	S/ 280
Adquisición de 10 mesas para computadoras	S/ 150	S/ 1 500
Adquisición de 10 sillas para computadoras	S/ 75	S/ 750
Mantenimiento de 4 equipos código de barras	S/ 88	S/ 350
Re-potenciación de 4 computadoras	S/ 125	S/ 500
Equipos Anti Robos 3M	S/ 54 120	S/ 54 120
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 83 570</b>

Fuente: Cotizaciones enviadas por proveedores  
Elaboración propia

#### **4.3. Infraestructura**

La mediateca cuenta con tres (3) salas con siete (7) mesas dando lugar a treinta y cinco (35) asientos para el público, siendo este número muy pequeño para la cantidad total de inscritos que se tiene en este momento (3 263 usuarios); sin embargo, el objetivo primordial de la mediateca es facilitar el acceso a los materiales bibliográficos, materiales audiovisuales o a cualquier

tipo de información a los usuarios en un ambiente agradable, seguro y confortable, en donde los clientes se sientan invitados a formar parte de la misma; permaneciendo en los ambientes y haciendo uso de todos los servicios.

Actualmente, no existe un área destinada para los niños, la cual se hace necesaria, debido a que, anualmente está creciendo el número de inscritos en esta categoría, y las necesidades de este grupo no son las mismas que de los adultos. Por esta razón, se propone la remodelación de la sala Roman, que es la de mayor tamaño y permite la restructuración de un espacio de 8m<sup>2</sup> para este fin (Anexo N° 12), sin tener que ampliar ni modificar la infraestructura original del edificio.

Así mismo, la iluminación de las salas debe ser mejorada, porque en algunos pasillos, el alumbrado se encuentra por encima de los muebles formando espacios oscuros, lo más adecuado sería un estudio de luminotecnia, de modo que siendo la mediateca parte de una construcción antigua, no puede abrirse ventanas para la iluminación directa.

De igual manera, la ventilación natural existente no es la adecuada y las pocas ventanas que han sido recuperadas, están mal orientadas, lo que genera problemas de insolación durante el verano y la mala circulación de aire el resto del año. Lo que indica que la instalación de aire acondicionado es lo más recomendable. Se hace necesario también preparar más casilleros para dejar efectos personales, porque si bien es cierto el aforo es de 40 personas, en horas de alta demanda los casilleros destinados para este uso no son los suficientes. A continuación se presenta la tabla N° 8, el presupuesto total para la reorganización y remodelación de la infraestructura:

**Tabla N° 8**  
**Presupuesto de infraestructura**

<b>Presupuesto</b>		
<b>Infraestructura</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Reestructuración de espacio para niños	S/ 800	S/ 800
Compra de 3 muebles para niños	S/ 150	S/ 450
Estudio luminotécnico	S/ 80	S/ 80

Acondicionamiento de iluminación de 24 focos	S/ 27	S/ 648
Compra e Instalación de aire acondicionado	S/ 7 500	S/ 7 500
Compra de 20 casilleros	S/ 21	S/ 420
<b>TOTAL</b>		<b>S/. 9 898</b>

Fuente: Cotizaciones enviadas por proveedores  
Elaboración propia

#### 4.4 Personal

Una gran debilidad de la mediateca es que su personal no logra fidelizarse con el trabajo, las razones son diversas, pero las principales causas de abandono son: el aliciente económico, las condiciones de trabajo y la falta de trabajo en equipo, debido en gran parte al constante cambio del personal que evita que se conozcan lo suficiente como para entablar una relación amical.

Además, se debe tener en cuenta que la rotación continúa de personal produce pérdidas de conocimiento técnico que se aprende con el tiempo de servicio y en algunos casos los usuarios no ven garantía en la atención del personal. Por todo lo anterior, se propone lo siguiente:

##### a) Para mejorar condiciones de trabajo

- Fomentar el compañerismo dando un trato igual a todos los empleados sin mostrar preferencias hacia algunas personas.
- Preparar el perfil del personal que se necesita para cubrir los puestos de trabajo (Anexo N° 13) y también el organigrama (Anexo N° 14).
- Evaluar una mejora en el aliciente económico para evitar el abandono del trabajo (promedio de tres meses), en el caso del personal que cubre el puesto a medio tiempo considerar un pago de sueldo mínimo.

- Capacitar al personal con cursos afines o talleres de MARC 21, Marketing y relaciones públicas en Unidades de Información, Animación de Mediatecas, entre otros.
- Incentivar a que el personal realice estudios de francés hasta culminar el idioma y obtener los exámenes internacionales.
- Brindar oportunidades para mejorar en el ámbito profesional, dando facilidades para asistir a conferencias, talleres o seminarios.

#### **b) Para mejorar el trabajo en equipo**

- Reuniones mensuales en donde cada miembro del personal exponga sus ideas y propongan mejoras del servicio a través de dinámicas o proyectos.
- Motivar al personal con reconocimientos por logros de objetivos tanto por trabajos en equipo como labores realizadas personalmente.
- Preparar reuniones extra-laborales recreativas para reforzar lazos de amistad y comunicación.

**Tabla N° 9**  
**Presupuesto para el personal**

<b>Presupuesto</b>		
<b>Para el personal</b>	<b>Inversión</b>	<b>Por 4 Personas</b>
Curso integral de francés por c/trabajadora	S/ 6 360	S/ 25 440
Cursos de capacitación de 4 personas	S/ 240	S/ 960
Sueldo Mínimo para 2 personal Part-time	S/ 550	S/ 1 100
<b>TOTAL</b>		<b>S/. 27 500</b>

Fuente: Cotizaciones de cursos de la AF  
Elaboración propia

#### **4.5 Promoción, difusión y animación del servicio**

La difusión y promoción del servicio se debe desarrollar constantemente y en gran parte debe estar a cargo del mismo personal de la AF, por otro lado,

sin una adecuada promoción la mediateca podría quedar estancada con los mismos usuarios e inclusive ir disminuyendo la afluencia.

- **Promoción por medios personales**

- Disponer de una persona que informe sobre los servicios que brinda la mediateca y además incluirla en las visitas o presentaciones en otros centros educativos y ferias.
- Coordinar visitas guiadas programadas a la mediateca con los profesores de los primeros niveles de francés y que todos los profesores incentiven su uso como un medio de refuerzo a sus clases.
- Crear un club de la lectura, en donde los alumnos interesados en dialogar e intercambiar datos de sus obras preferidas puedan reunirse, por lo menos una vez al mes.

- **Promoción y difusión por medios publicitarios**

- Entregar folletos con información útil de cómo inscribirse y los costos.
- Dar un pequeño presente por la primera inscripción en la mediateca como un separador de libros, una pequeña libreta de apuntes o un lápiz de la institución.

- **Promoción y difusión por medios electrónicos**

- Realizar alertas bibliográficas, las cuales se podrían distribuir vía e-mail, que sería realizado por el personal de la mediateca sin generar gasto económico, como sí se daría el caso de la difusión por medios publicitarios.



**Tabla N° 10**  
**Presupuesto de difusión y promoción del servicio**

<b>Presupuesto</b>	
<b>Difusión y promoción del servicio</b>	<b>Precio</b>
Promoción y difusión por medios publicitarios	S/1 000
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 1 000</b>

Fuente: Cotizaciones de la misma empresa  
Elaboración propia

- **Animación**

- **Modo virtual:** Ambas propuestas la realizaría el personal de mediateca y no requeriría ningún gasto adicional para la mediateca.

- Crear un blog o foro de discusión en donde los alumnos puedan compartir información acerca de un tema escogido por mes, ejemplo ***“Revolución Francesa”***.

- El manejo y corrección del link de la mediateca (página web de la AF) estará a cargo del personal profesional en bibliotecas y así poder estar al día con las novedades, hacer cambios pertinentes y publicar las alertas bibliográficas mensualmente.

- **Modo presencial:** De la misma manera que la forma virtual el personal se encargará de realizarlo, organizando y desarrollando concursos, talleres, actividades, etc. en los que se otorgará a los primeros puestos los premios respectivos, siendo necesario un monto monetario, el cual se precisará conforme al desarrollo de las actividades y número de ganadores de las mismas.

- Realizar al año dos (2) concursos de preguntas: en verano (diciembre-marzo) aprovechando los cursos de niños, por ejemplo: ***¿Quién conoce más al elefante Babar?***, de este modo los niños tendrían que tomar en préstamo material de lectura y el material audiovisual para completar

Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Gantt chart timeline											
					enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio						
1	Proyecto Mejora Mediateca	132 días	mar 01/12/09	mié 22/08/10												
2	INFRAESTRUCTURA	15 días	mar 01/12/09	lun 21/12/09												
3	Acondicionamiento de Iluminación	4 días	mar 01/12/09	vie 04/12/09												
4	Compra de materiales	2 días	mar 01/12/09	mié 02/12/09												
5	Cambio de ubicación	2 días	jue 03/12/09	vie 04/12/09												
6	Compra e Instalación Aire Acondi	15 días	mar 01/12/09	lun 21/12/09												
7	Compra de equipos	1 sem.	mar 01/12/09	lun 07/12/09												
8	Compra de materiales e instalación	2 sem.	mar 08/12/09	lun 21/12/09												
9	MOBILIARIO	5 días	mar 01/12/09	lun 07/12/09												
10	Cotización de casilleros	2 días	mar 01/12/09	mié 02/12/09												
11	Compra de casilleros y chapas	1 día	jue 03/12/09	jue 03/12/09												
12	Instalación de casilleros	1 día	vie 04/12/09	vie 04/12/09												
13	cambio de chapas	1 día	lun 07/12/09	lun 07/12/09												
14	EQUIPOS ELECTRONICOS	25 días	mar 01/12/09	lun 04/01/10												
15	Mantenimiento equipos código de barra	5 días	mar 01/12/09	lun 07/12/09												
16	Adquisición de computadoras	25 días	mar 01/12/09	lun 04/01/10												
17	Cotización de computadoras	1 sem.	mar 01/12/09	lun 07/12/09												
18	Importación de computadoras	3 sem.	mar 08/12/09	lun 28/12/09												
19	Instalación y configuración	1 sem.	mar 29/12/09	lun 04/01/10												
20	Equipos Anti Robos	22 días	mar 01/12/09	mié 30/12/09												
21	Cotizaciones y demostraciones	1 sem.	mar 01/12/09	lun 07/12/09												

Proyecto: Mediateca

Fecha: lun 14/09/09

Tarea

División

Progreso

Hito

Resumen

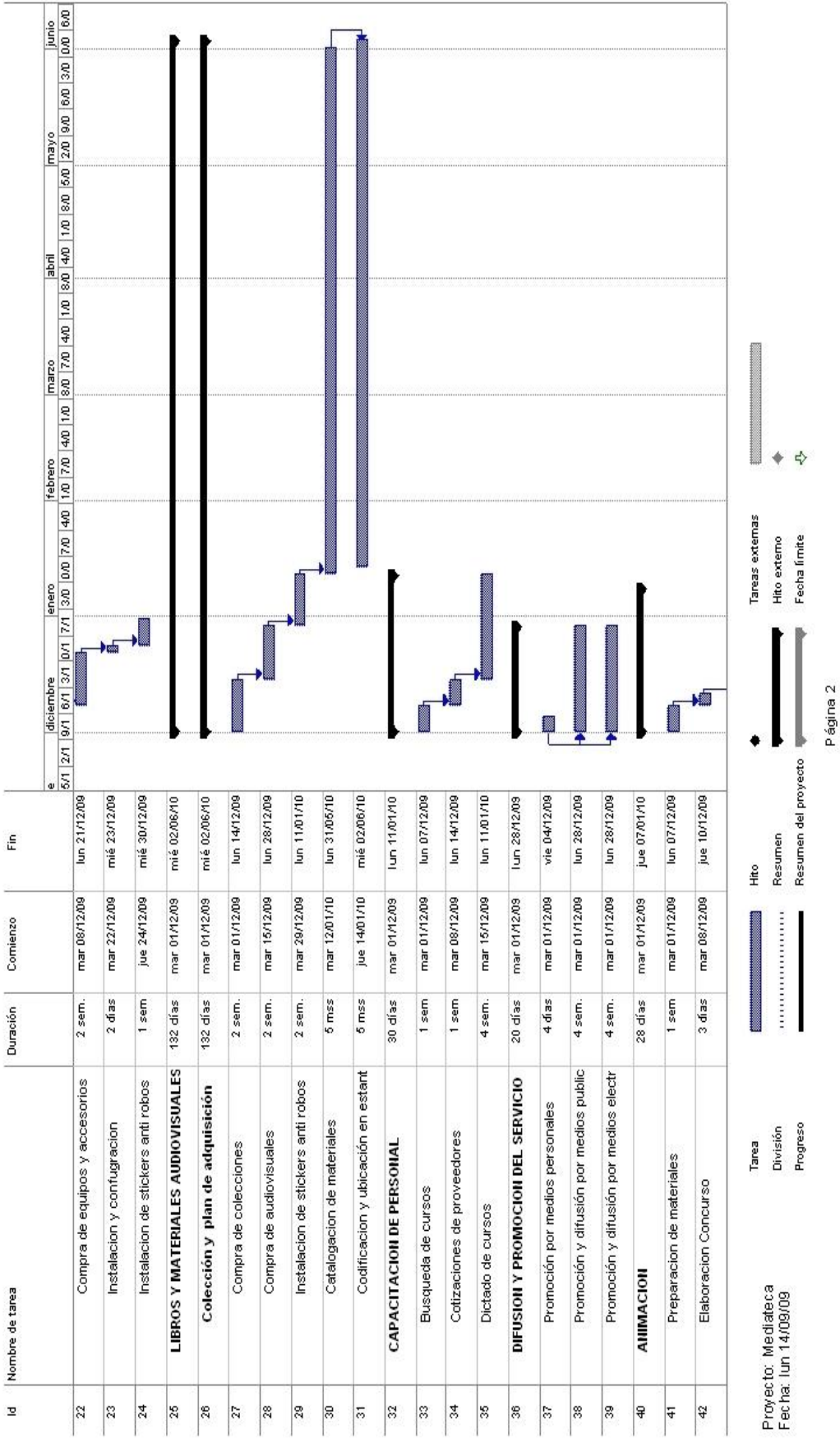
Resumen del proyecto

Tareas externas

Hito externo

Fecha límite

Página 1



Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin												
					e	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio				
43	Difusion del Evento	1 ms	vie 11/12/09	jue 07/01/10	5/1	2/1	9/1	6/1	3/1	0/1	7/1	3/1	0/1	7/1	3/1	0/1

Proyecto: Mediateca  
Fecha: lun 14/09/09

Tarea

División

Progreso

Hito

Resumen

Resumen del proyecto

Tareas externas

Hito externo

Fecha limite

Página 3

## **CONCLUSIONES**

1. El servicio de préstamo de material audiovisual en la mediateca de la Alianza Francesa ha mejorado paulatinamente, en especial desde el año 2006 gracias a su remodelación e inversión en dicho material por parte de la institución, garantizando una mejor disponibilidad de los mismos hacia los usuarios (alumnos y profesores principalmente). Sin embargo, una nueva remodelación y cambio de sistema de préstamos disminuyó la frecuencia de usuarios en el último semestre del periodo de años analizados.
2. El interés por parte del usuario (basándonos en los reportes de préstamos y las encuestas) con respecto al préstamo del material audiovisual se ha ido incrementando en mayor proporción que el bibliográfico pese a que se cuenta con mayor cantidad de ejemplares de éstos últimos, dentro del periodo de años considerados para el estudio.
3. Se ha comprobado que los géneros de películas preferidos para el préstamo domiciliario por los usuarios son principalmente: la comedia, el drama, los documentales y por último los dibujos animados. Con respecto al género musical preferido se encuentra en primer lugar la variedad francófona, luego el rock/pop, seguido del hip-hop/rap.
4. Puesto que existen varios factores que limitan el servicio de la mediateca como: pocos materiales audiovisuales para la fuerte demanda diaria, la

lentitud de las computadoras a la hora de realizar los préstamos, la falta de ejemplares de novelas clásicas, la falta de computadoras para decodificar los materiales audiovisuales y al hurto o desgaste de la colección se hace necesario la propuestas de mejoras que engloben todos los servicios brindados por la mediateca.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### LIBROS

- **Abdala, E.** (2004). *Manual para la evaluación de impacto en programas de formación para jóvenes*. Montevideo: Cinterfor.
- **Calange, B.** (1999). *Les politiques d'acquisition*. Paris: Éditions du Cercle de la Librairie.
- **Chou, Y.** (1977). *Análisis estadístico*. (2ª ed). México: Interamericana.
- **Jacq, J-C.** (2008). *Annuaire Alliance Française 2008*. Paris : France Édition.
- **Real Academia Española** (2001). *Diccionario de la lengua española*. (22ª. ed.). (Vol. 2). Madrid: Espasa Calpe.

### PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS

- **Alvarado, R.** (2002). *La red de Mediatecas y de Centros de Información sobre la Francia Contemporánea* [en línea]. Valencia (España). Recuperado el 28 de enero de 2009:  
<http://www.avei.org/revista/mei50/2002-50-76.pdf>
- **Bertrand, A.M.** (1994). *La médiathèque questionnée*. Paris (Francia). Recuperado el 15 de diciembre 2008:  
<http://bbf.enssib.fr/sdx/BBF/pdf/bbf-1994-2/bbf-1994-02-0008-001.pdf>
- **Eme, L.** (2008). *Les médiathèques françaises dans l'Europe des 2*. Paris (Francia). Recuperado el 14 de diciembre del 2008:  
<http://bbf.enssib.fr/sdx/BBF/pdf/bbf-2008-1/bbf-2008-01-0064-012>
- **Larrú, J.M.** (2007). *La evaluación de impacto: qué es, cómo se mide y que está aportando en la cooperación para el desarrollo*. [en línea]. Madrid (España). Recuperado el 15 de diciembre del 2008:  
[http://mpravb.unimuenchen.de/6928/2/Art\\_EVALUACION\\_DE\\_IMPACTO\\_Escuela\\_Diplomatica\\_12.pdf](http://mpravb.unimuenchen.de/6928/2/Art_EVALUACION_DE_IMPACTO_Escuela_Diplomatica_12.pdf)

- **Nájera, O. y Robledo, M.** (2002). *Mediateca replanteamiento y fundamentación* [en línea]. Mexico. Recuperado el 01 de abril de 2009:  
<http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/colecciones/documentos/somece2002/Grupo5/Najera.pdf>
- **Pérez, A.** (2007). *La medición del impacto de los servicios de información: una necesidad y un reto* [en línea]. Recuperado el 01 de abril de 2009:  
[http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15\\_1\\_07/aci11107.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_1_07/aci11107.htm)
- **Robles, C.** (s.f). La mediateca, una obra de la informática del nuevo siglo [en línea]. Recuperado el 17 de diciembre de 2008:  
<http://www.sociedadelainformacion.com/13/MEDIATECA.pdf>
- **Sagaert, M.** (2002). *Le réseau des médiathèques françaises à l'étranger: une politique de developpement dans la durée* [en línea]. Paris (Francia). Recuperado el 17 de diciembre de 2008:  
<http://bbf.enssib.fr/sdx/BBF/pdf/bbf-2002-5/07-sagaert.pdf>
- **Valdez Ramos, J.** (s.f). *La Mediateca del Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras: un espacio para el aprendizaje autodirigido* [en línea]. México, DF. (México): UNAM. Recuperado el 02 de febrero de 2009:  
<http://www.dgbiblio.unam.mx/servicios/dgb/publicdgb/bole/fulltext/voll1/cele.html>

## CYBER TESIS

- **Vera Matus, M.** (2000). *Infraestructura Universitaria Compartida: Mediateca Barrio Universitario* [en línea]. Santiago (Chile). Recuperado el 18 de febrero de 2009:  
[http://www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2005/vera\\_m2/sources/vera\\_m2.pdf](http://www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2005/vera_m2/sources/vera_m2.pdf)



## INFORMES PROFESIONALES

- **Bourguignat, C.** (2003). *La Médiathèque de Noisy-le-Grand: rapport de stage* [en línea]. Noisy-le-Grand (Francia). Recuperado el 20 de diciembre de 2008:  
<http://enssibal.enssib.fr/bibliotheque/documents/dcb/rsbourguignat.pdf>
- **Desjardins, J.** (2000). *Rapport de stage: Médiathèque-centre de ressources sur la France contemporaine de l'Alliance française de Buenos Aires, Argentine* [en línea]. Buenos Aires (Argentina). Recuperado el 14 de diciembre de 2008:  
<http://enssibal.enssib.fr/bibliotheque/documents/dcb/rsdesjardins.pdf>
- **Martin, I.** (2006). *Rapport de stage: Médiathèque Valais-Martigny* [en línea]. Valais-Marigny (Francia). Recuperado el 25 de enero de 2009:  
[http://www.hesge.ch/heg/vous\\_etes/doc/stages/2006/sta06\\_martin.pdf](http://www.hesge.ch/heg/vous_etes/doc/stages/2006/sta06_martin.pdf)

## PAGINAS WEB

Alianza Francesa de Perú. <http://www.alianzafrancesa.org.pe/>

Biblioteca Nacional de Francia. <http://www.bnf.fr/>

ENSSIB. <http://www.enssib.fr/>

MEI. <http://www.avei.org/1/revistas1.htm>

Universidad Nacional Autónoma de México. <http://www.unam.mx/>

Mediateca Universidad Pablo de Olavide de Sevilla:

<http://www.upo.es/serv/bib/media/mediateca.htm>

Red Municipal de bibliotecas del Ayuntamiento de Gijón

<http://www.bibliotecaspublicas.es/redgijon/informacion.htm>

Centro TIC de Recursos para el aprendizaje y la investigación

<http://crai-tic.unileon.es/mediateca.htm>

Institut de Tourisme et D'Hotellerie du Québec

<http://www.ithq.qc.ca/fr/gak.php?mode=31>

Mediateca del Museo de Quai Branly

[http://www.quaibranly.fr/es/enseignement/la-mEDIATECA/las\\_colecciones\\_de\\_la\\_mEDIATECA.html](http://www.quaibranly.fr/es/enseignement/la-mEDIATECA/las_colecciones_de_la_mEDIATECA.html)

Instituto Superior Dante Alighieri

<http://www.isda.edu.ar/s/mediateca.isda.htm>

# **ANEXOS**

## ANEXO N° 1

### Información de la Alianza Francesa



## Historique de l'Alliance française

- 1883 L' "Association nationale pour la propagation de la langue française dans les colonies et à l'étranger" naît sous l'égide de l'ambassadeur Paul Cambon et de Pierre Foncin.
- 1884 Le 10 mars, le conseil d'administration de l'Alliance française de Paris est installé. Il compte des noms illustres : Ferdinand de Lesseps, Louis Pasteur, Ernest Renan, Jules Verne, Armand Colin...  
Barcelone accueille la première Alliance française en Europe. L'Espagne verra son réseau s'étendre très rapidement.  
Le continent africain est également au rendez-vous, avec une Alliance au Sénégal. L'île Maurice suit la même année. A l'initiative d'un groupe d'amis, une Alliance française voit le jour à Mexico. L'engouement de l'Amérique latine ne se démentira pas.
- 1886 L'Alliance française de Paris est reconnue d'utilité publique.
- 1889 Le continent asiatique rejoint le mouvement avec une première Alliance française en Inde.
- 1890 Berthe Mouchette, professeur d'art, crée à Melbourne la première Alliance d'Australie.
- 1901 L'Alliance française de Paris accueille 516 étudiants.
- 1902 Au cours de la même année, on assiste à la naissance d'une première Alliance à l'Université Mac Gill de Montréal et à la création de la Fédération des Alliances françaises aux Etats-Unis.
- 1904 L'Alliance française compte 150 comités en France et 450 à l'étranger.
- 1917 La première Alliance voit le jour en République dominicaine, aux Antilles.
- 1919 Ouverture de l'École pratique de langue française au 101 boulevard Raspail à Paris.
- 1930 L'École de Paris compte 4 800 étudiants.
- 1936 Après une période de crise, les premiers signes de reprise apparaissent. Une exposition sur l'Enseignement du français langue étrangère accueille un millier de visiteurs.
- 1940 Les archives de l'Alliance française sont emportées à Berlin par les nazis qui projettent "la destruction des instruments de propagation de langue française et notamment l'Alliance française".
- 1943 À l'occasion du 60e anniversaire, le Général de Gaulle prononce à Alger un discours historique, où il réaffirme la vocation de l'Alliance.
- 1944 L'École de Paris rouvre ses portes après une longue période de fermeture durant l'Occupation.
- 1948 L'École de Paris retrouve ses effectifs d'avant-guerre.
- 1952 L'École de Paris est baptisée "École internationale de langue et de civilisation françaises".
- 1967 Après des travaux de rénovation, le 101 boulevard Raspail est surélevé de 2 niveaux. Le centre Georges Duhamel est inauguré. La capacité d'accueil de l'École est ainsi doublée.
- 1979 Année record au cours de laquelle 32 000 étudiants s'inscrivent aux cours à Paris.
- 1980 L'Alliance est implantée dans 80 pays.
- 1983 Célébration du centenaire de l'Alliance en présence du Président de la République, François Mitterrand.
- 1999 L'École internationale de Paris accueille des étudiants provenant de 187 pays.
- 2002 La modernisation des Alliances s'accélère partout dans le monde.  
À Paris, un grand centre de ressources multimédia est créé.
- 2003 On enregistre une croissance importante du nombre d'étudiants des Alliances françaises du réseau mondial (plus de 9 %). Lancement du site pédagogique et création de l'annuaire du réseau en ligne via le site internet [www.alliancefr.org](http://www.alliancefr.org)
- 2004 Une nouvelle convention-cadre est signée avec le ministère français des Affaires étrangères. Pour la première fois de son histoire, l'Alliance française de Paris élit un président qui n'est pas de nationalité française.
- 2006 L'Alliance française compte 1062 associations dans 135 pays.



La antena de la capital peruana acoge 11000 alumnos más que la sede parisina. Si bien el idioma de Molière ha dejado de ser exclusivo a la elite, la cultura pasa después de consideraciones mas materiales.

## La Alianza francesa cumple una buena labor en Lima

LIMA  
CORRESPONDENCIA

**S**u acento podría hacernos creer que es originario del este de Francia, donde ha estudiado algunos meses. En realidad, Rosario Monje de 58 años ha nacido en Lima, la capital del Perú, pero sus ojos brillan con la sola evocación de Francia. Esa atracción por el país de Molière nació en la Alianza Francesa de la capital peruana, que descubrió en los años 70 gracias a una misionera. Desde entonces, Rosario enseña francés y coordina los exámenes en el lugar donde descubrió la cultura francesa. "Entrando en la Alianza, se acuerda, teníamos la impresión de entrar en otro mundo... ¡Hasta los perfumes de la cafetería parecían diferentes!" La Alianza ya tenía un gran teatro que acogía espectáculos y que ofrecía una tribuna a los artistas e intelectuales peruanos.

Desde su creación en 1890 por un grupo de residentes franceses desearon de promover la cultura francesa, la Alianza de Lima cumple, a de más de la enseñanza del francés, funciones culturales: propone conciertos, obras de teatro y exposiciones, así como ciclos de películas y de conferencias en francés o en español.

"La Alianza siempre ha jugado un papel esencial en la vida cultural de los peruanos", recalca el famoso lingüista Luis Jaime Cisneros. Fiel a la anteriormente mencionada institución desde 1947, a la cual rinde homenaje por haber permitido que sus compatriotas conozcan a Victor Hugo así como otros grandes autores franceses. Hoy sigue siendo difícil encontrar literatura francesa en Lima. La Alianza es pues un recurso esencial para ello. "He pasado numerosas horas de felicidad en la biblioteca de la Alianza", atestigua con cariño Mario Vargas Llosa en el pez en el agua (1993). Desde aquel entonces, la biblioteca ha crecido y ofrece hoy más de 20 000 libros.

### "Vale la pena"

Profesora de francés, Rosario Ortiz, "la otra Rosario de la Alianza Francesa", es así como estas dos mujeres gustan apodarse, frecuenta la institución desde hace cuarenta y cinco años, época en la cual la Alianza se instaló en el majestuoso inmueble de Miraflores, barrio acomodado de Lima. Al ser un antiguo convento, el edificio tenía un túnel que permitía a las religiosas ir de un lado al otro del edificio sin tener que cruzar la calle. Al haber la Alianza Francesa comprado una sola parte del convento, el túnel clausurado sirve ahora de depósito. La docente se acuerda también con angustia de los años 1980 y 1990, cuando la guerrilla del Sendero Luminoso aterrizzaba el país. "¿Cuántas veces hemos tenido que evacuar a los alumnos de manera urgente o hacer clases alumbrados por velas?", recuerda la profesora. Las alertas de bomba habían hecho caer de manera vertiginosa el número de alumnos.

Hoy, la época del terrorismo es parte del pasado, la Alianza ha evolucionado, al igual que la sociedad peruana. El francés que durante largo tiempo había sido reservado a la elite social, no es más exclusivo a la burguesía, y hay peruanos de todos los medios sociales que demuestran interés por ese idioma, una vez que dominan el inglés. Pero en un país en el cual el sueldo mínimo



Un recreo entre dos clases en la Alianza francesa de Lima, instalada en un antiguo convento de Miraflores, un barrio de la capital peruana donde vive una población acomodada. ALLIANCE FRANÇAISE DE LIMA

es de 137 euros, estudiar en la Alianza representa un esfuerzo financiero para muchos: 55 euros al mes por 30 horas de clase (tarifa parecida a la de los británicos). "Vale la pena sacrificarse, estima a pesar de todo Augusto, cuyos dos hijos aprenden

francés. No puedo pagar un colegio privado de calidad. Por ello compenso con estos cursos. Les abrí las puertas."

Porque la utilidad prima de ahora en adelante sobre la imagen romántica que aureola la lengua francesa. "El francés me

gusta pero lo estudio sobretudo por necesidad, para mi empresa", reconoce Nadia, ingeniera-química de 27 años. La mayoría de los alumnos de la Alianza esperan que el francés pueda favorecer su trayectoria "En el Perú, hablar inglés además del caste-

llano se ha vuelto algo común", explica Guillermo, quien espera del francés que pueda "hacer la diferencia a los ojos de los empleadores".

Otro de los cambios notables es que, la mayoría de los alumnos que entran en la Alianza, llegaban con la cabeza llena de sueños de ir a Francia. Hoy, hay cada vez mas limeños que aprenden francés con la esperanza de poder irse ya no a Francia sino a Canadá, que expide anualmente 1 000 visas a los peruanos. La Alianza hace frente a esta nueva situación. "Estos futuros emigrantes son tantos alumnos potenciales", asegura Pierre Rivron, director de la Alianza de Lima.

A la cabeza de la instrucción desde 2003, ha querido reafirmar el lugar preferente del francés en el país. Y lo ha logrado. Con 11 307 alumnos en 2007, la Alianza de Lima es la más importante del mundo y supera hasta la sede del boulevard Raspail, en París (un poco más de 10 000 alumnos). Este éxito se debe a la reanudación del crecimiento económico en el país desde el año 2001, pero también a la mensualización de las clases, operada en 2001. "Antes los alumnos tenían que comprometerse por un trimestre. Pero las obligaciones laborales les impedían seguir ritmos tan largos", explica el director de clases, Patrick Garbage. Desde entonces, los estudiantes escogen cada mes los horarios y el ritmo de enseñanza que les conviene.

### Temprano en la mañana o al final del día.

¿Un cambio que ha traído resultados: en 2007, La Alianza ha vendido alrededor de 1,5 millones de horas de clases (22% más que en 2003). La mayoría de los programas ofrecen clases intensivas de francés, que corresponden a 8 horas de clase por semana, un ritmo de estudios que no desanima a los peruanos. Muchos asisten a clase en la mañana, entre 7 y 9, antes de ir a trabajar o al final de la jornada laboral, de las 19 horas hasta las 22 horas. La institución también ha creado clases profesionalizadas (turismo, gastronomía...) y abierto un anexo en el barrio popular del norte de la capital, Los Olivos.

Esta estrategia comercial y de apertura ha sido coronada de éxitos. "Nuestro presupuesto 2008 es de 3,5 millones de euros, detalla Pierre Rivron, quien no esconde que administra la institución como una empresa. Francia aporta 300 000 euros al año, el resto viene de las entradas de los espectáculos, de las clases y de los patrocinadores." Moderna, enteramente renovada, equipada de computadoras, la Alianza de Lima tiene convenios con treinta y seis establecimientos escolares peruanos donde imparte clases a más de 13 000 estudiantes.

"Hoy día, se entra y sale de la Alianza como de una fábrica", señala Rosario Monje con cierta nostalgia. Sin duda la Alianza ha perdido algo de su encanto y de su aspecto familiar que contribuían a su atractivo. Pero al ver el patio de Miraflores invadido, los sábados, por decenas de pequeños alumnos, el diálogo de culturas parece ser muy vivo.

Jinena, de 7 años, quien toma clases desde hace varios meses, espera pronto conocer Francia, país del cual su profesor le ha hablado tanto. Por, "la Torre Eiffel pero también para... probar caracoles", confía la niña en medio de una carcajada. ■

CHRISTELLE BARBIER

## 1 070 antenas en 133 países para "seducir" por la cultura

EN LA TARDE DEL

21 de julio de 1883, en la Sociedad histórica del círculo de San Simón, ubicada en boulevard Saint-Germain en París, el diplomático Paul Cambon reunió un antiguo ministro de la instrucción pública, Paul Bert, un director de enseñanza pública en Túnez, un funcionario del ministerio de relaciones exteriores, representantes de los cultos protestante, israelita y católico. "Religiosos" mezclados a anticlericales, algunos de ellos masones. Un comité que encajaba muy bien dentro del espíritu de las luces y de valores humanistas, principios fundadores de lo que será la Alianza Francesa.

La derrota de Sedan, en 1870, mermó el prestigio internacional de Francia y obsesionó las mentes de los franceses. Los que en aquel día se encontraban reunidos decidieron hacer una obra de "patriótica" que devolvería a Francia su imagen, que sería también extendida a las colonias, cuidándose de "todo espíritu sectarista o partidario", gracias a una "arma pacífica: la

lengua francesa". Varios cerebros de la república (científicos, filósofos, historiadores, editores, políticos, académicos...) se unieron a ese comité, entre ellos Ferdinand de Lesseps, Louis Pasteur, Hippolyte Taine, Ernest Renan, Gaston Maspero, Victor Duruy, Ernest Lavisse o Armand Collin... Pero también el general Faidherbe, el cardinal Lavergne o el Vizconde de Vogüé.

### Autofinanciadas a altura de 75%

Así fue como nació la Asociación nacional para la propagación de la lengua francesa en las colonias y en el extranjero, la Alianza Francesa. Esta última fundadora y subvencionadora de colegios franceses, formadora de maestros, otorgadora de becas y recompensas "que puedan garantizar la frecuentación de los colegios", organizadora de conferencias y "otros medios de propaganda". "Uno de los conquistadores de Algeria, el mariscal Bugeaud, tenía por lema: enseña el francés [por la espada y por el arado]; nosotros añadiremos: el libro [y por el libro]", se exclama el antiguo minis-

tro Victor Duruy en un discurso pronunciado en 1886.

"Había que reparar el fracaso de las armas por la seducción de la cultura", subraya el actual presidente de la Alianza Francesa, Jean-Pierre de Launoy, primer francófono (en belga) en ocupar ese despacho. "Los fundadores de la Alianza han tenido la genialidad de recurrir a los amantes de la lengua francesa, a extranjeros influyentes en sus países, que han creado estructuras locales animadas por voluntarios, prosigue el director. Un caso único en el mundo de las asociaciones culturales."

Esta seducción, la política y filosofía, operan: ciento veinticinco años después de su creación la Alianza tiene 1 070 antenas en 133 países, que emplean 12 000 personas, principalmente voluntarios, de los cuales alrededor 8 000 profesores. Paralelamente a la enseñanza del francés, que se dirige a 442 000 alumnos de todas las edades, la actividad cultural (festival de películas francesas, encuentros con autores, simposios, conciertos, etc., como es el caso en

Bombay, Bogotá o Cork) que atrae a 6 millones de aficionados en el mundo.

Las Alianzas Francesas se autofinancian a altura de 75% por medio de los ingresos de las clases, de los espectáculos y de donaciones privadas. "Un sistema original si lo comparamos al de las instituciones de otros países, subraya Jean-Claude Jacq, secretario general de la Alianza. Animada por el filósofo Bernard-Henri Lévy, una reciente gala anual de la Alianza en Nueva York "recaudó" 800 000 euros... Los más grandes centros (o sea el 20%) benefician de ayudas del ministerio de relaciones exteriores -decididas caso por caso por cada embajada-, que se traducen sobre todo por el "préstamo" de personal expatriado (235 en la actualidad).

La creación, el 23 de julio de 2007, de una Fundación de utilidad pública, igualmente presidida por Jean-Claude Jacq, debería modernizar las Alianzas, permitiendo proyectos en materia cultural y de gestión. Concedida como una "bolsa de intercambio" (actualmente, el director de la Alianza de

Hong-Kong, ignora a menudo lo que hace el de Taipei), esta fundación, distinta del colegio, que tiene como vocación la enseñanza, organiza eventos de carácter internacional. Los lazos con las cámaras de comercio y con los hombres de negocios locales o franceses deberían contribuir a mejorar la implantación de empresas francesas en el extranjero.

"Se trata de profesionalizar las Alianzas, formando aquellos que la animan a la utilización de Internet, creando certificaciones, intercambios y conferencias, etc., en un sector, que es el de la enseñanza de idiomas, que es muy competitivo", precisa Jean-Claude Jacq. El CIC, Total, los Laboratorios Fabre, el groupe Cordon bleu y el grupo Albert Frère hacen parte de los primeros donadores de la jovenísima fundación, nieta de la "vieja señora del boulevard Raspail". ■

YVES-MARIE LABE

Fuente: Periódico LE MONDE español

## ANEXO N° 3

### Organización y estatuto de la Alianza Francesa

(...)

#### **Título Tercero .-**

De los Asociados.

**Artículo Sexto .-** La Asociación tendrá dos clases de asociados denominados: activos y honorarios.

**Artículo Séptimo .-** Para ser socio activo se requiere:

- a). Ser mayor de edad;
- b). Presentar su currículum vitae;
- c). Estar identificado con los principios de la Alianza Francesa de Lima;
- d). Haber sido presentado por un socio activo de la institución;
- e). Haber sido aceptado por el correspondiente organismo de la Alianza Francesa de Lima; y,
- f). Abonar puntualmente las cuotas correspondientes.

**Artículo Octavo .-** Para ser socio honorario se requiere: Haber sido considerado como tal por el organismo correspondiente y en virtud de sus apreciables servicios a los fines de la institución.

**Artículo Noveno .-** La asociación llevará un libro de registro de todos los asociados.

**Artículo Décimo .-** La Alianza Francesa de Lima otorgará a cada asociado un carnet que lo acredite como tal.

**Artículo Décimo Primero .-** son deberes de los asociados:

- a) Abonar puntualmente las cuotas correspondientes;
- b) Desempeñar los cargos y cumplir las comisiones para los cuales sean elegidos;
- c) Coadyuvar al progreso de la asociación contribuyendo a la realización de sus fines; y,
- d) Cumplir con todas las obligaciones consignadas en el presente estatuto y en los reglamentos que dicte la Alianza Francesa de Lima.

**Artículo Décimo Segundo .-** Son derechos de los asociados: Concurrir al local de la asociación y gozar de todos sus servicios e instalaciones con las limitaciones que establecen el estatuto y el reglamento respectivo. Asistir a las asambleas generales para ejercer las funciones propias.

**Artículo Décimo Tercero .-** La calidad de asociado no exonera de los pagos exigidos para cursos, actividades culturales y sociales.

**Artículo Décimo Cuarto .-** Se pierde la calidad de asociado por las siguientes causas:

- a). Haber dejado de abonar las cotizaciones previstas por la institución;
- b). No cumplir con el estatuto o reglamentos de la asociación, y,
- c). Desarrollar actividades contrarias a los fines de la institución.

**Artículo Décimo Quinto .-** La asociación podrá acordar cotizaciones extraordinarias. El pago de estas cotizaciones es obligatorio para los asociados a quienes corresponda.

#### **Título Cuarto .-**

Órganos de Gobierno de la Institución .

**Artículo Décimo Sexto .-** Son Órganos de Gobierno de la asociación:  
a). La Asamblea General de socios;  
b). La Junta Directiva;  
c). El Comité Ejecutivo; y  
d). La Dirección de la Institución.

Titulo Quinto.

De las Asambleas Generales.

**Artículo Décimo Séptimo .-** La Asamblea General está conformada por todos los socios hábiles de la institución.

**Artículo Décimo Octavo. -** La Asamblea General de socios podrá ser:  
a). Ordinaria;  
b). Extraordinaria.

**Artículo Décimo Noveno :** La Asamblea General Ordinaria tendrá lugar una vez cada año, debiendo realizarse dentro del primer semestre correspondiente.

**Artículo Vigésimo.-** Corresponde a la Asamblea General ordinaria:  
Elegir a los miembros de la Junta Directiva;  
Aprobar o desaprobado el balance y las cuentas que someta la Junta Directiva.

**Artículo Vigésimo Primero.-** Habrá Asamblea General extraordinaria cuando la Junta Directiva la convoque, o lo solicite por escrito no menos de treinta por ciento de los asociados hábiles. En ambos casos, se indicará el objeto de la asamblea, no pudiendo tratarse de otras cuestiones ajenas a la convocatoria.

**Artículo Vigésimo Segundo.-** Corresponde a la asamblea general extraordinaria: reformar el estatuto; para toda modificación del estatuto de la asociación autónoma de derecho privado - Alianza Francesa de Lima constituida bajo las leyes del Perú, el órgano supremo de la asociación, por mandato de la ley, es su asamblea general extraordinaria de asociados. Cuando la materia de modificación se refiera al título del estatuto denominado "finas de la asociación" la Alianza Francesa de Lima recabará, opinión, previa de la Alianza Francesa de Paris. Cuando la materia de modificación se refiera a otros títulos y conlleve importancia institucional, la Alianza Francesa de Lima hará de conocimiento las propuestas a la Alianza Francesa de Paris anticipadamente a su presentación al órgano supremo de la asociación acorde a la ley peruana. Cuando la materia de modificación se refiera a otros títulos y no conlleve importancia institucional o sean por mandato de la ley peruana. La Alianza Francesa de Lima procederá de acuerdo a ley informando a la Alianza Francesa de Paris. Con el respeto mutuo a sus autonomías y bajo el principio de la reciprocidad, La Alianza Francesa de Lima espera igual trato estatutario por la Alianza Francesa de Paris en lo que pudiere concernir a la Alianza Francesa de Lima. Disolver la asociación; y, resolver cualquier otro asunto expresado en su convocatoria, sin limitación alguna.

**Artículo Vigésimo Tercero.-** La convocatoria a asamblea general de asociados se hará por esqueda dirigida a cada uno de ellos o por aviso publicado en uno de los periódicos de mayor circulación en Lima, con una anticipación de tres días.

**Artículo Vigésimo Cuarto.-** La asamblea general de asociados será presidida por el Presidente de la Junta Directiva, y en su ausencia, por el Vice-presidente. A falta de ambos, presidirá la asamblea la persona que sea designada por la propia asamblea.

**Artículo Vigésimo Quinto.-** El quórum para la asamblea general de asociados lo constituye la mitad mas uno de los socios hábiles. Si no hubiera quórum a la hora señalada, se postergará la sesión por media hora; transcurrida la media hora de tolerancia, se celebrará

la asamblea con el número de asociados presentes, cualquiera que sea su número. Los acuerdos se tomarán por mayoría de votos.

**Artículo Vigésimo Sexto.-** Los asociados pueden delegar su representación para la asamblea general mediante carta poder extendida en favor de otro asociado.

**Artículo Vigésimo Sétimo.-** Los acuerdos de la Asamblea General se harán constar en actas que se extenderán en un libro especial. Las actas serán suscritas por el presidente de la asamblea y dos asociados designados por la misma entre los concurrentes. El Secretario las refrendará.

**Artículo Vigésimo Octavo.-** La Asamblea General es el órgano supremo de la asociación. Las resoluciones de la Asamblea General son obligatorias para todos los asociados, sin excepción alguna.

Titulo Sexto.

De la Junta Directiva.

**Artículo Vigésimo Noveno.-** La asociación estará administrada y dirigida por la Junta Directiva integrada por quince miembros elegidos por la Asamblea General de asociados.

La Junta Directiva designará de su seno un presidente, un vice-presidente, un secretario, un tesorero y once vocales.

**Artículo Trigésimo.-** La Junta Directiva será renovada cada dos años. Sus miembros pueden ser reelegidos indefinidamente.

**Artículo Trigésimo Primero.-** La Junta Directiva se reunirá por lo menos dos veces al año y cuantas veces lo requieran las necesidades de la institución. Las citaciones se harán por esquelas con una anticipación de tres días.

**Artículo Trigésimo Segundo.-** Para que pueda sesionar la Junta Directiva se requiere la concurrencia de la mitad mas uno de sus socios hábiles. Los acuerdos se adoptarán por mayoría de votos. El presidente o quien haga sus veces, tendrá doble voto en caso de dirimencia.

**Artículo Trigésimo Tercero :** El cargo de integrante de la Junta Directiva terminará:  
a). por fallecimiento;  
b). por renuncia.  
c). en caso de vacancia, la Junta Directiva designará a su reemplazante.

**Artículo Trigésimo Cuarto.-** corresponde a la junta directiva :  
dirigir las actividades de la institución;  
nombrar a los integrantes del Comité Ejecutivo y aprobar su gestión;  
dar cuenta a la asamblea del resultado de las actividades de la institución;  
convocar las asambleas ordinarias y extraordinarias;  
llevar un libro de sus acuerdos, firmado por el presidente y el secretario.  
Aprobar compra y venta de bienes inmuebles, hipotecas y otras cargas, así como las operaciones financieras que requiere la institución.

Titulo Sétimo.

Del Comité Ejecutivo.

**Artículo Trigésimo Quinto.-** El comité ejecutivo estará conformado por cinco miembros :

- a). El Presidente de la Institución;
- b). El Tesorero de la Institución;



- c). El Director de la Institución;
- d). Dos miembros de la Junta Directiva nombradas por esta;
- d). podrá asesorarse por las personas que juzgue conveniente.

**Artículo Trigésimo Sexto.-** Corresponde al comité ejecutivo:

- a). Vigilar la marcha de la institución, de conformidad con la política de la misma;
- b). Fijar el monto de los derechos de matrícula y pensión de enseñanza;
- c). otorgar becas, de conformidad con la reglamentación respectiva;
- d). Aprobar o desaprobado las cuentas de tesorería;
- e). Nombrar, remunerar y cesar a los trabajadores de la institución de conformidad a las disposiciones vigentes;
- f). Aceptar las donaciones que se hagan a la institución;
- g). Admitir y / o separar a los socios de la institución, de conformidad con el presente estatuto y su reglamento;
- h). Informar, por lo menos, dos veces al año, a la Junta Directiva, sobre la marcha de la institución;
- i). Preparar la memoria y el balance del ejercicio vencido, para su presentación ante la Asamblea General;
- j). Aprobar todo convenio y contrato con cargo de dar cuenta a la Junta Directiva;
- k). Interpretar el estatuto y decidir sobre su aplicación;
- l). Formular y modificar los reglamentos, con sujeción al presente estatuto a las leyes vigentes;
- m). Mantener relaciones con las asociaciones culturales nacionales y extranjeras y con aquellas que colaboren con la institución, y
- n). Deberá llevar un libro de sus acuerdos, firmado por el presidente y el director de la institución.

Del Presidente .

**Artículo Trigésimo Séptimo.-** Son atribuciones del Presidente :

representar a la institución en todos los actos públicos o privados, pudiendo delegar esta facultad en caso necesario;

presidir y convocar la Asamblea General, la Junta Directiva y el comité ejecutivo; y,

suscribir los documentos oficiales o privados que fueran necesarios.

Del Vice-presidente.

**Artículo Trigésimo Octavo .-** El Vice-presidente reemplaza al presidente en caso de ausencia o impedimento de este, con las facultades pertinentes.

Del Secretario.

**Artículo Trigésimo Noveno .-** Es función del secretario :

Suscribir los libros de actas de la Asamblea General y de la Junta Directiva.

Del Tesorero.

**Artículo Cuadragésimo .-** Son funciones del Tesorero :

controlar la marcha financiera de la institución;

elaborar el presupuesto, conjuntamente con la dirección de la institución;

firmar los cheques en los casos necesarios; y,

presentar ante la asamblea general el balance del ejercicio vencido.

Titulo Octavo.

De la Dirección de la Institución .-

**Artículo Cuadragésimo Primero .-** Son funciones del director :

asistir a las reuniones de la Junta Directiva y del comité ejecutivo de la institución;

dirigir y controlar las actividades docentes, culturales, administrativas, económicas y de servicio de la institución;

establecer las obligaciones y derechos de los docentes destacados por el Ministerio Francés de Relaciones Exteriores.

Titulo Noveno.

Del Patrimonio.

Artículo Cuadragésimo Segundo .- Se considera patrimonio de la asociación, lo siguiente:  
 los inmuebles adquiridos y que se adquieran;  
 los muebles y valores adquiridos y que se adquieran.  
 la cuota de los socios y los ingresos por derecho de enseñanza a que se obtengan;  
 las donaciones, subvenciones y legados que reciba de terceros;  
 los ingresos que obtenga por actividades culturales y sociales y,  
 cualquier otro ingreso que obtenga por cualquier otro concepto.

Titulo Décimo -

De la Disolución.

**Artículo Cuadragésimo Tercero .-** La Alianza Francesa de Lima se disolverá por acuerdo de la asamblea general, convocada para tal objeto.

en caso de disolución de la asociación, su patrimonio quedara destinado a una Alianza Francesa establecida en cualquier capital de departamento, que determine, la asamblea o en su defecto, a una entidad peruana con fines análogos; después de canceladas las deudas y obligaciones.

Señor notario, agregue Ud. las demás cláusulas de ley y pase los partes al registro correspondiente, cuidando de insertar el acta de la junta general de fecha 20 de junio de 1979. Lima, 8 de septiembre de 1980.

Firma: Juan Vicente Cortez Ezcurra.

Sello y Firma : Roberto Fernández A.- abogado.- reg. nº 3256.

Cláusula Adicional .- El presente contrato se encuentra exonerado de impuestos, en aplicación de lo dispuesto por el art. 12º de la ley de 23 de enero de 1896.- Lima, fecha ut supra.

Firma: Juan Vicente Cortez Ezcurra.

inserto .- copia certificada.

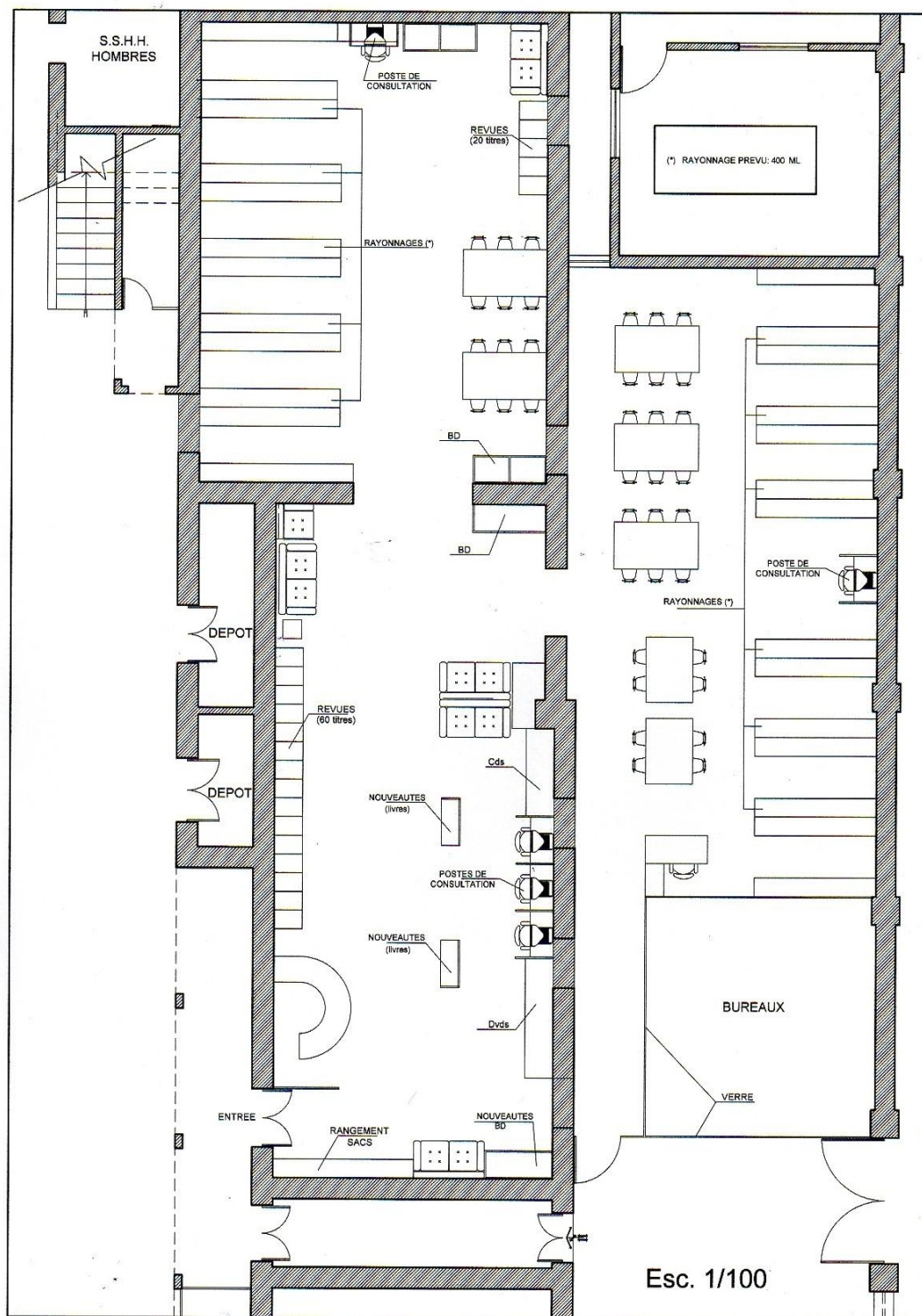
Rafael Chepote Coquis.- abogado - notario publico de esta capital.

Certifico : Que he tenido a la vista el libro de "actas de juntas generales," de la razón social denominada "Alianza Francesa de Lima", el mismo que se halla debidamente legalizado con fecha diez y siete de junio de mil novecientos sesenta y tres, por ante el primer juzgado de primera instancia en lo civil de Lima, a cargo del señor juez doctor :L. Fernández A., juez del primer juzgado en lo civil de Lima, actuario señor don P. Bendezú Funes - escribano de estado, e inscrito en el registro del juzgado, bajo el numero de orden sesenta y siete mil novecientos cuarenta y cuatro; y he constatado que de fojas veinte y seis a fojas treinta y cinco inclusive del mencionado libro, se encuentra extendida y debidamente firmada, el "acta de la junta general extraordinaria", celebrada el día miércoles veinte de junio de mil novecientos setenta y nueve; y cuyo tenor literal que transcribo a continuación es el siguiente:

Fuente: Página Web de la Alianza Francesa [http://www.alianzafrancesa.org.pe/01/01\\_2b.php](http://www.alianzafrancesa.org.pe/01/01_2b.php)

# ANEXO N° 4

## Infraestructura de la Mediateca



Elaboración: Arquitecta Roxana Rodríguez Cabanillas

**ANEXO N° 5**  
**Préstamos según categoría de usuarios**

## INSCRIPCIONES



- **Alumnos AF**

<i>Consulta en Sala, Libros y Revistas</i>	<i>Carné AF</i>
<i>Todo tipo de Material más Audiovisual</i>	<i>S/. 70.00</i> ↗

- **Club Eiffel, Alumnos de Colegios de la Red de Excelencia, entidades con Convenio y Profesores Franco Peruano:**

<i>Consulta en Sala, Libros y Revistas</i>	<i>S/. 10.00</i>
<i>Todo tipo de Material más Audiovisual</i>	<i>S/. 80.00</i> ↗

|

- **Miembros Externos:**

<i>Consulta en Sala</i>	<i>S/. 30.00</i>
<i>Libros, Revistas y Tiras Cómicas</i>	<i>S/. 80.00</i>
<i>Todo tipo de Material</i>	<i>S/. 200.00</i> ↗

- **Profesores -Trabajadores AF, Profesores de la Red de Excelencia y alumnos del Franco Peruano.**

*Gratis para todo tipo de material*

Fuente : Guía del usuario de la mediateca de la Alianza Francesa  
Elaboración del personal de mediateca

## ANEXO N° 6

### Tiempo límite de préstamo

CANTIDAD DE MATERIAL QUE PUEDE TENER EN PRÉSTAMO				
Profesores y Administración AF	Alumnos	Club Eiffel	Miembros Externos	Miembros de entidades Francesas
Audiovisuales (5)	Audiovisuales (4)	Audiovisuales (5)	Audiovisuales (5)	Audiovisuales (5)
Libros (4)	Libros (4)	Libros (4)	Libros (4)	Libros (4)
Revistas (4)	Revistas (3)	Revistas (4)	Revistas (4)	Revistas (4)
Bandes Dessinées (6)	Bandes Dessinées (4)	Bandes Dessinées (4)	Bandes Dessinées (6)	Bandes Dessinées (4)
<p>El periodo de préstamos varía según el ejemplar, así tenemos que:</p> <p>Libros de Gramática, Fonética y Ortografía : 3 días de préstamo</p> <p>Audiovisuales (CD's y DVD's) : 7 días de préstamo</p> <p>Tiras cómicas (jóvenes y adultos) y Revistas : 7 días de préstamo</p> <p>Novelas y Biografías : 21 días de préstamo</p> <p style="text-align: center;"><b>“Todos los usuarios de la Mediateca deberán cumplir el presente reglamento”</b></p>				

Fuente : Guía del usuario de la mediateca de la Alianza Francesa

Elaboración del personal de mediateca

## ANEXO N° 7

### Encuesta Aplicada

#### ENCUESTA SOBRE LOS SERVICIOS DE LA MEDIATECA DE LA ALIANZA FRANCESA DE LIMA

*El siguiente cuestionario es uno de los instrumentos necesarios que permitirá identificar las condiciones en las que se encuentra la Mediateca de la Alianza Francesa (sede Av. Arequipa). La información suministrada será de carácter confidencial. En cada pregunta sírvase completar marcando con (X) o indicando la opción que describa su opinión de la forma más precisa, al finalizar este cuestionario sírvase dejarlo en la recepción. Agradecemos su cooperación.*

- |   |  |
|---|--|
| <p>1. Sexo:</p> <p>F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/></p> <p>2. Edad:</p> <p>Menores de 10 años <input type="checkbox"/></p> <p>Entre 10 a 20 años <input type="checkbox"/></p> <p>Entre 20 a 30 años <input type="checkbox"/></p> <p>Entre 30 a 50 años <input type="checkbox"/></p> <p>Más de 50 años <input type="checkbox"/></p> <p>3. Tipo de usuario:</p> <p>Estudiante Alianza Francesa <input type="checkbox"/></p> <p>Estudiantes de otros centros <input type="checkbox"/></p> <p>Profesores Alianza Francesa <input type="checkbox"/></p> <p>Profesores de otros centros <input type="checkbox"/></p> <p>Público en general <input type="checkbox"/></p> <p>4. ¿Con qué frecuencia acude a la mediateca?</p> <p>Una vez por semana <input type="checkbox"/></p> <p>De 2 o 3 veces por semana <input type="checkbox"/></p> <p>Un par de veces al mes <input type="checkbox"/></p> <p>Todos los días <input type="checkbox"/></p> <p>Unas cuantas visitas al año <input type="checkbox"/></p> <p>5. Usa Ud. la Mediateca para... (Marcar 2 opciones)</p> <p>Leer en sala <input type="checkbox"/></p> <p>Ver y escuchar música y films <input type="checkbox"/></p> <p>Trabajar con Wi-Fi en sala <input type="checkbox"/></p> <p>Prestar material bibliográfico <input type="checkbox"/></p> <p>Prestar CD's y DVD's <input type="checkbox"/></p> <p>6. Usa Ud. el catálogo para... (Marcar 1 opción)</p> <p>Búsquedas académicas <input type="checkbox"/></p> <p>Búsquedas personales <input type="checkbox"/></p> <p>Nunca usas el catálogo <input type="checkbox"/></p> <p>7. Desde donde accede al catálogo electrónico? (Marcar sólo 1 opción)</p> <p>Desde la mediateca <input type="checkbox"/></p> <p>Desde otra ubicación <input type="checkbox"/></p> <p>Desde su domicilio <input type="checkbox"/></p> <p>8. ¿Qué tipo de materiales prefiere llevar a domicilio? (Marcar máximo 2 opciones)</p> <p>Libros <input type="checkbox"/></p> <p>Revistas <input type="checkbox"/></p> <p>Tiras Cómicas <input type="checkbox"/></p> | <p>CD's – CD-ROM <input type="checkbox"/></p> <p>DVD's – DVD-ROM <input type="checkbox"/></p> <p>9. ¿Qué tipo de libros prefiere Ud. leer? (Marcar máximo 2 opciones)</p> <p>Novelas y Biografías <input type="checkbox"/></p> <p>Gramática Francesa <input type="checkbox"/></p> <p>Ciencias Sociales <input type="checkbox"/></p> <p>Ciencias Humanas <input type="checkbox"/></p> <p>Arte – Poesía – Teatro <input type="checkbox"/></p> <p>10. ¿Qué tipo de DVD prefiere Ud.? (Marcar sólo 1 opción)</p> <p>Documentales <input type="checkbox"/></p> <p>Drama <input type="checkbox"/></p> <p>Comedia <input type="checkbox"/></p> <p>Dibujos Animados <input type="checkbox"/></p> <p>Series y Musicales <input type="checkbox"/></p> <p>11. ¿Qué tipo de CD musical prefiere Ud.? (Marcar sólo 1 opción)</p> <p>Variedad Francófona <input type="checkbox"/></p> <p>Rock / Pop <input type="checkbox"/></p> <p>Clásica / Jazz <input type="checkbox"/></p> <p>Hip-Hop / Rap <input type="checkbox"/></p> <p>Canción Infantil <input type="checkbox"/></p> <p>12. ¿Qué acciones recomienda Ud. a la mediateca? (Marcar máximo 2 opciones)</p> <p>Comprar más Material Audiovisual <input type="checkbox"/></p> <p>Comprar más Material Bibliográfico <input type="checkbox"/></p> <p>Implementar más computadoras <input type="checkbox"/></p> <p>Mejorar el catálogo electrónico <input type="checkbox"/></p> <p>Mejorar la señalética de las salas <input type="checkbox"/></p> <p>13. En tu opinión, ¿cuál cree que sea el rol principal de una mediateca? (Marcar sólo 1 opción)</p> <p>Ser un lugar de cultura acogedor y propicio para el intercambio cultural <input type="checkbox"/></p> <p>Proponer material bibliográfico y audiovisual en calidad de préstamo <input type="checkbox"/></p> <p>Ser un centro de consejería de tendencias literarias y temas franceses <input type="checkbox"/></p> <p>Sólo brindar materiales audiovisuales en préstamo <input type="checkbox"/></p> <p>Brindar Internet y ser centro de búsquedas virtuales <input type="checkbox"/></p> |
|---|--|

Elaboración propia

## ANEXO N°8

### Reporte anual de préstamos del SIGB BCDI3

Cuadro de préstamos mensuales por clase de soporte de documento 01/01/2004- 31/12/2004													
Soporte	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Revistas	47	59	62	58	61	67	55	62	68	53	59	0	651
Libros	769	798	823	811	792	818	826	819	835	847	853	0	8991
CDROM	0	0	0	0	0	0	7	9	11	14	16	0	57
CD	225	257	352	327	338	359	326	374	358	414	386	0	3716
DVD-ROM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DVD-vidéo	365	389	448	423	417	397	426	452	486	463	427	0	4693
Libro/CD	0	0	0	0	0	0	0	3	6	9	8	0	26
<b>TOTAL</b>	<b>1406</b>	<b>1503</b>	<b>1685</b>	<b>1619</b>	<b>1608</b>	<b>1641</b>	<b>1640</b>	<b>1719</b>	<b>1764</b>	<b>1800</b>	<b>1749</b>	<b>0</b>	

Cuadro de préstamos mensuales por clase de soporte de documento 01/01/2005- 31/12/2005													
Soporte	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Revistas	76	79	85	97	83	77	84	75	89	83	85	0	913
Libros	867	875	949	946	1152	1129	1148	1172	1123	1166	1182	0	11709
CDROM	21	37	24	46	58	47	62	54	65	45	42	0	501
CD	297	342	358	394	426	465	437	497	485	512	478	0	4691
DVD-ROM	8	14	11	16	13	17	12	14	17	15	12	0	149
DVD-vidéo	465	473	481	452	479	522	505	487	567	547	539	0	5517
Libro/CD	10	13	15	14	17	9	12	14	16	15	18	0	153
<b>TOTAL</b>	<b>1744</b>	<b>1833</b>	<b>1923</b>	<b>1965</b>	<b>2228</b>	<b>2266</b>	<b>2260</b>	<b>2313</b>	<b>2362</b>	<b>2383</b>	<b>2356</b>	<b>0</b>	

Cuadro de préstamos mensuales por clase de soporte de documento 01/01/2006- 31/12/2006													
Soporte	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Revistas	109	256	389	374	321	402	387	346	392	401	387	0	3764
Libros	987	1386	1275	1430	1347	1658	1482	1623	1591	1608	1472	0	15859
CDROM	33	57	62	81	76	79	88	74	67	72	59	0	748
CD	346	472	598	649	693	723	691	708	683	701	697	0	6961
DVD-ROM	2	7	5	8	11	15	10	16	7	12	11	0	104
DVD-vidéo	539	867	1168	1172	1249	1265	1242	1238	1274	1297	1294	0	12605
Libro/CD	11	15	12	17	8	14	10	19	21	24	18	0	169
<b>TOTAL</b>	<b>2027</b>	<b>3060</b>	<b>3509</b>	<b>3731</b>	<b>3705</b>	<b>4156</b>	<b>3910</b>	<b>4024</b>	<b>4035</b>	<b>4115</b>	<b>3938</b>	<b>0</b>	

Cuadro de préstamos mensuales por clase de soporte de documento 01/01/2007 - 31/12/2007													
Soporte	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Revistas	127	322	457	510	491	622	642	668	800	811	277	0	5727
Libros	1046	1806	2185	2139	2499	2545	2411	2535	2421	2714	1025	0	23326
CDROM	43	67	84	83	84	79	67	76	92	69	14	0	758
CD	314	583	766	712	803	721	729	693	847	1135	393	0	7696
DVD-ROM	3	5	9	13	8	17	8	10	11	10	4	0	98
DVD-vidéo	672	1240	1658	1722	1882	1758	1924	2019	2246	2543	894	0	18558
Libro/CD	14	20	25	36	39	40	28	36	30	39	11	0	318
<b>TOTAL</b>	<b>2219</b>	<b>4043</b>	<b>5184</b>	<b>5215</b>	<b>5806</b>	<b>5782</b>	<b>5809</b>	<b>6037</b>	<b>6447</b>	<b>7321</b>	<b>2618</b>	<b>0</b>	

Cuadro de préstamos mensuales por clase de soporte de documento 01/01/2008 - 31/12/2008													
Soporte	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Revistas	468	928	892	970	847	856	663	818	783	865	313	0	8403
Libros	1519	2851	2886	2829	2579	2571	2359	2390	2489	2296	1090	0	25859
CDROM	29	84	77	90	68	54	49	34	24	28	12	0	549
CD	496	1175	1056	1084	935	810	750	764	705	698	289	0	8762
DVD-ROM	8	11	6	4	6	7	15	11	9	7	5	0	89
DVD-vidéo	1308	2440	2275	2431	2319	2196	2170	2276	1981	2018	783	0	22197
Libro/CD	12	41	34	68	48	73	70	54	60	66	25	0	551
<b>TOTAL</b>	<b>3840</b>	<b>7530</b>	<b>7226</b>	<b>7476</b>	<b>6802</b>	<b>6567</b>	<b>6076</b>	<b>6347</b>	<b>6051</b>	<b>5978</b>	<b>2517</b>	<b>0</b>	



## ANEXO Nº 9

### Marco Común de Referencia Europea

USUARIO COMPETENTE	C2	Es capaz de comprender sin esfuerzo prácticamente todo lo que oye o lee. Puede reconstruir hechos y argumentos procedentes de diversas fuentes, escritas u orales, resumiéndolos de manera coherente. Sabe expresarse espontáneamente, con gran fluidez y de manera precisa y puede dar pequeños matices de significado relacionados con temas complejos.
USUARIO COMPETENTE	C1	Es capaz de comprender una amplia variedad de textos extensos y con alto nivel de exigencia, así como reconocer en ellos sentidos implícitos. Puede expresarse con fluidez y espontáneamente, sin dar muestras evidentes de tener que buscar las palabras. Sabe hacer un uso flexible y eficaz del idioma en su vida social, profesional o académica. Puede expresarse sobre temas complejos de manera clara y bien estructurada, demostrando un control de las herramientas de organización, articulación y cohesión del discurso.
USUARIO INDEPENDIENTE	B2	Es capaz de comprender el contenido esencial de temas concretos o abstractos en un texto complejo, incluso de carácter técnico en su especialidad. Puede comunicarse con un interlocutor nativo con el suficiente grado de fluidez y espontaneidad para que no suponga un esfuerzo para ninguna de las partes. Sabe expresarse de manera clara y detallada sobre una amplia gama de temas, exponer una opinión sobre un tema de actualidad e indicar las ventajas y los inconvenientes de diferentes posibilidades.
USUARIO INDEPENDIENTE	B1	Es capaz de comprender los puntos esenciales cuando se utiliza un lenguaje claro y estándar y se trata de cosas familiares en el trabajo, los estudios, el ocio, etc. Puede desenvolverse en la mayor parte de las situaciones durante un viaje por una región en la que se hable el idioma en cuestión. Sabe tener un discurso sencillo y coherente sobre temas familiares y en los campos que le interesan. Puede contar un acontecimiento, una experiencia o un sueño, describir una aspiración o un objetivo y exponer brevemente razones o explicaciones para un proyecto o una idea.
USUARIO BÁSICO	A2	Es capaz de comprender frases aisladas y expresiones empleadas frecuentemente en relación de campos que le son especialmente afines (por ejemplo, informaciones personales y familiares sencillas, compras, entorno familiar o trabajo). Puede comunicarse en tareas sencillas y habituales que no requieran más que un intercambio sencillo y directo de informaciones sobre temas familiares y habituales. Sabe describir con medios sencillos su formación, su entorno familiar y tratar de temas que correspondan a sus necesidades inmediatas.
USUARIO BÁSICO	A1	Es capaz de comprender y utilizar expresiones familiares y cotidianas así como enunciados muy sencillos destinados a satisfacer necesidades concretas. Puede presentarse o presentar a otra persona y hacer preguntas que le conciernan, por ejemplo, sobre su domicilio, sus amigos, sus pertenencias, etc. - y puede responder a ese mismo tipo de preguntas. Sabe comunicarse de manera sencilla si el interlocutor habla lentamente y con claridad y se muestra cooperativo.

Fuente: Coordinación de Exámenes DELF y DALF de la Alianza Francesa

Elaboración de la institución



## ANEXO N° 10

### Modelo de Plan de Adquisición

#### En DVD y CD-ROM

Titre	Réalisateur	Année	type	Collection	Qté	Droit prêt	Droit Diffusion
Les 400 coups	TRUFFAUT François	1959	dvd	Hommage à F. Truffaut	1	oui	oui
offret musique en scene vol 1 4DVD			dvd	Musique en scène	1	oui	oui
offret musique en scene vol 2 4DVD			dvd	Musique en scène	1	oui	oui
et it à petit	ROUCH Jean	1972	dvd	Hommage à Jean Rouch	1	oui	oui
a chasse au lion à l'arce	ROUCH Jean	1965	dvd	Hommage à Jean Rouch	1	oui	oui
es maîtres fous	ROUCH Jean	1955	dvd	Hommage à Jean Rouch	1	oui	oui
oi un noir	ROUCH Jean	1959	dvd	Hommage à Jean Rouch	1	oui	oui
ronique d'un été	ROUCH Jean	1960	dvd	Hommage à Jean Rouch	1	oui	oui
a loi des plus faibles	DUBREUIL Elisabeth	2000	dvd	Justice	1	?	?
e combat des juges	BILLY Yves	2000	dvd	Justice	1	?	?
n enclos	DAMPIERRE Sylviane	1999	dvd	Justice	1	?	?
n spécialiste	SILVAN Eyal	1999	dvd	Justice	1	?	?
a commission de vérité	VAN IN André	1999	dvd	Justice	1	?	?
elits flagrants	DEPARDON Raymond	1994	dvd	Justice	1	?	?
aris en 250 images animées	FIAP Jean Monnet	2005	cd rom		1	?	?
ouble je	Pivot		cd rom		2	?	?
'afrique se filme		2000/2003	cd rom		1	?	?
extes et Photos		2005	cd rom	festival des festivals	2	oui	oui
a science des mouvements humains	collectif		cd rom		1	?	?
ciences et culture catalogue	MAE	2005	cd rom		1	?	?
ilm national version espagnole	INA	2006	dvd	24H de la tele	5	?	oui
rchives pour tous version espagnole	INA	2006	dvd	24H de la tele	4	?	oui
fading memory	INA	2005	dvd	24H de la tele	1	?	oui
ne memoire qui s'efface	INA	2005	dvd	24H de la tele	1	?	oui
ilm international	INA	2005	dvd	24H de la tele	2	?	oui
Leopold Sedar Senghor, un long poeme	SOULE Beatrice	1996	vhs	Un siecle d'ecrivains	1	oui	oui
ernand Leger, les motifs d'une vie	BERGALA Alain	1997	vhs		1	oui	oui
laude monet peintre	GAUMNITZ Michael	1997	vhs		1	oui	oui

#### En material bibliográfico

TITULO	AUTOR	ISBN	EDITORIAL	Precio
La dignité de la personne humaine	Girard C., Henette-Vauchez S.	2130551289	PUF	24
La formation de la pensée juridique moderne	Villey M., Rials S., Desmons E.	978-2130556855	PUF	19
Lili veut être une star	De Saint Mars Dominique, Bloch S.	9782884800464	Calligram	4.9
Un divan pour Agatha Christie	Mijolla- Mellor Sophie	9782847950915	Esprit du temps	18
Dragon bleu dragon jaune	Soupault P. /Soupault Ré	9782081633841	Père Castor	4.95
Physiocratie	Cartelier J./ Quesnay F.	2080706551	Flammarion	8.3
Lili fait des cauchemars	De Saint Mars Dominique, Bloch S.	2884800115	Calligram	4.9
Coca Cola L'enquête interdite	Reymond William	9782290355534	J'ai Lu	7.6
Mauvaise réputation	Star Joey, Manoeuvre Philippe	2080689312	Flammarion	18
Droit constitutionnel	Turpin Dominique	978-2130563013	PUF	29
Le droit constitutionnel	Baranger Denis	2130558372	PUF	8
Louis I. Kahn 1901-1974 : L'espace illuminé	Rosa Joseph	978-3822836408	Taschen	6.9
Vassili Kandinsky : 1866-1944 Vers l'abstraction	Ulrike Becks-Malorny	978-3822835616	Taschen	9.99
Gaudi 1852-1926 De la nature à l'architecture	Crippa Maria Antonietta	3822825204	Taschen	9.99
Frères de tranchées	Ferro Marc	978-2262025991	Librairie académique Perrin	8.5
Kali et l'éléphant blanc (avec CD)	Gabrielli C, Mignon P.	2092114360	Nathan	13.94
Cortes et légendes des Cités et des Mondes disparus	Jonas A., Serpex S.	978-2092508619	Nathan	6.8
Le grand sottisier des journalistes	Mignaval Philippe	2258069580	Hors collection	15
Le chien de guerre et la douleur du monde	Moorcock Michael	978-2905158765	L'atalante	14
Renoir	Feist H Peter	3822861723	Taschen	6.99
Atlas du monde Histoire et géographie		978-2011681768	Hachette	15
Bacon	Ficacci L.	3822821993	Taschen	6.99
Botero	Hanstein H.	3822821284	Taschen	6.99
Balthus	Néret Gilles	9783822822050	Taschen	6.99
La photographie du Xxème siècle		382284084X	Taschen	9.99
Nouveau Delf B2 avec 200 activités (CD)	Bloomfield Anatole	2090352310	CLE International	16
ocabulaire des stoiciens	Laurand	978-2729809843	Ellipses Marketing	5

Elaboración propia



## Plano de mediateca con la creación de un espacio para los niños

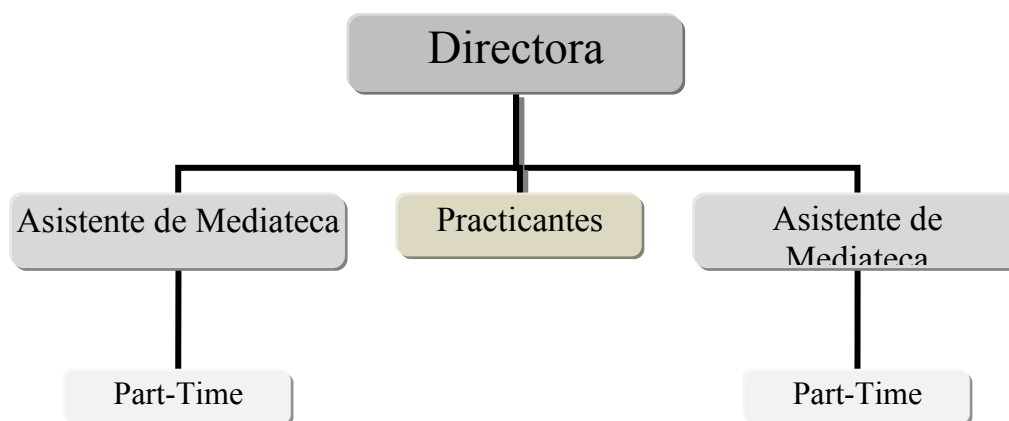


**ANEXO N° 13**  
**Perfil de Auxiliar de Mediateca**

- Estudiantes, Bachilleres o Licenciados de la EAP de Bibliotecología y C.C.I.I.
- Conocimiento del idioma francés a nivel intermedio o avanzado.
- Manejo de Sistemas Bibliotecarios: BCDI3, PMB, Absys Express u otros similares.
- Poseer buena presentación y experiencia con atención al cliente.
- Debe ser una persona responsable y proactiva, con disponibilidad inmediata y constancia en el cumplimiento de su contrato.

Elaboración propia

**ANEXO N° 14**  
**Organigrama del personal de Mediateca**



Elaboración propia